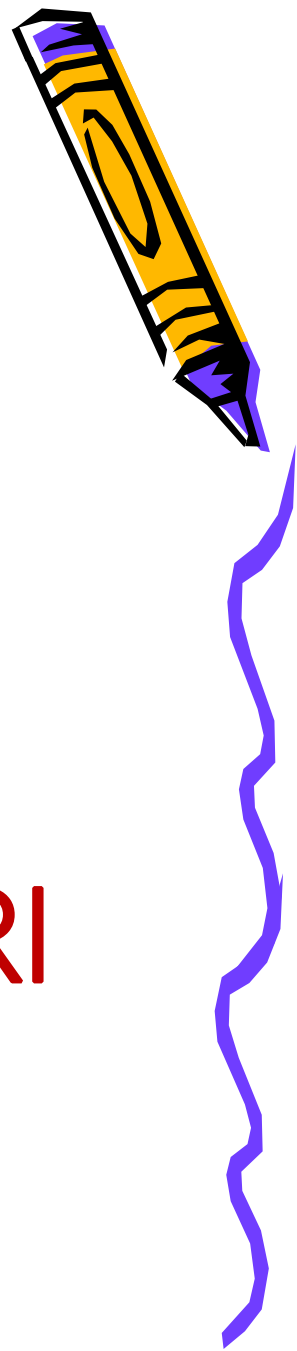


Overview :

ORGANISASI & MANAJAMEN PERUSAHAAN INDUSTRI



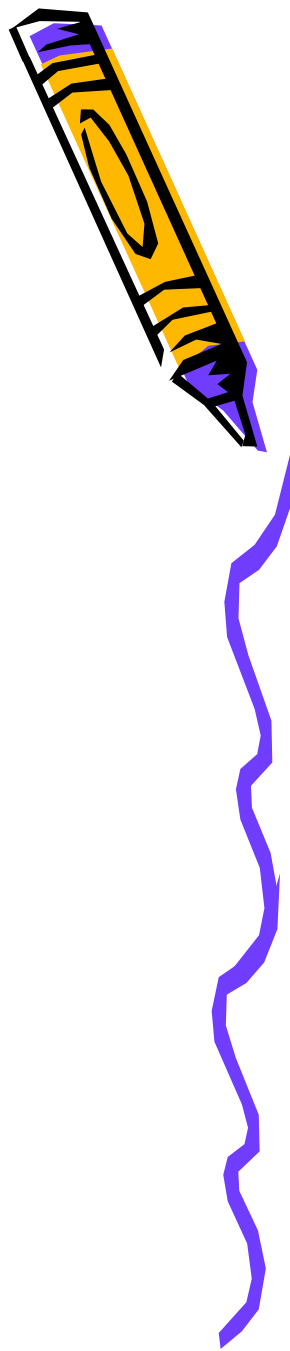
PERUSAHAAN SEBAGAI SEBUAH BISNIS

- Suatu unit kegiatan produksi yang mengolah sumber-sumber ekonomi untuk menyediakan barang & jasa bagi masyarakat, mendistribusikannya, serta melakukan upaya-upaya lain dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan & memuaskan kebutuhan masyarakat.



Tujuan Perusahaan

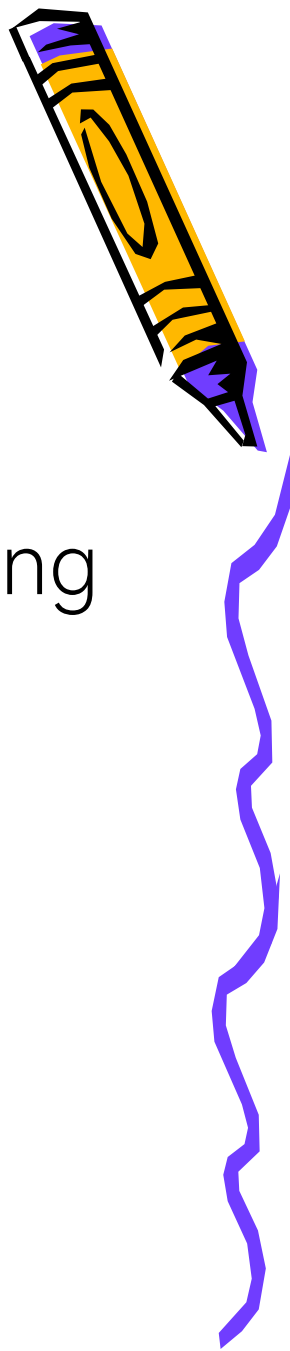
- Tujuan Ekonomis
- Tujuan Sosial



Perusahaan sebagai suatu Sistem

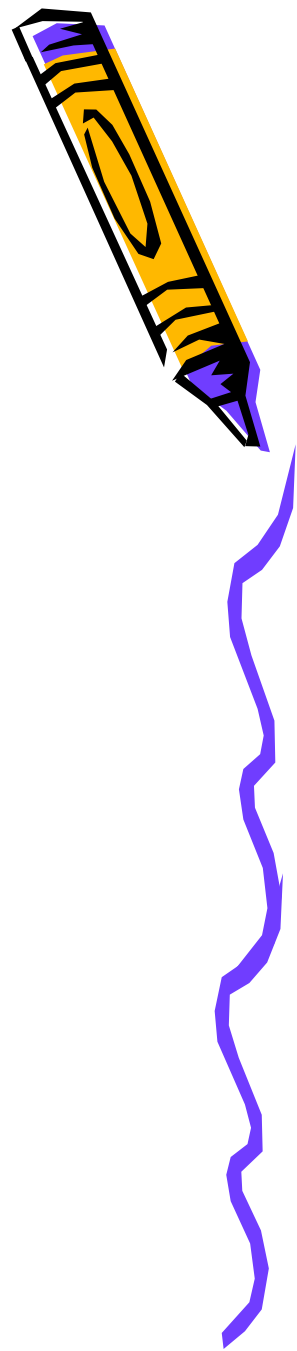
- Sistem :

Sistem adalah kesatuan atau unit yang terdiri dari sub-sub unit yang saling berkerjasama atau saling mempengaruhi secara langsung ataupun tidak langsung dalam mencapai tujuan tertentu



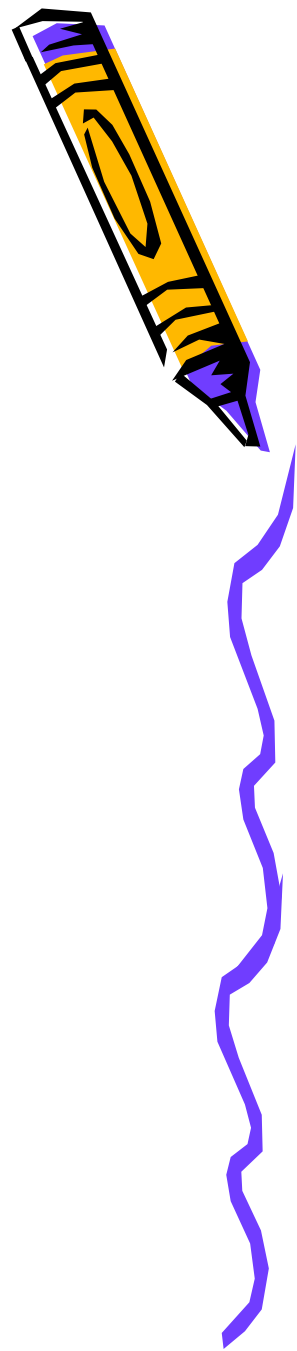
Sifat Sistem Perusahaan

- Kompleks
- Satu Kesatuan
- Berjenis
- Saling bergantung
- Dinamis



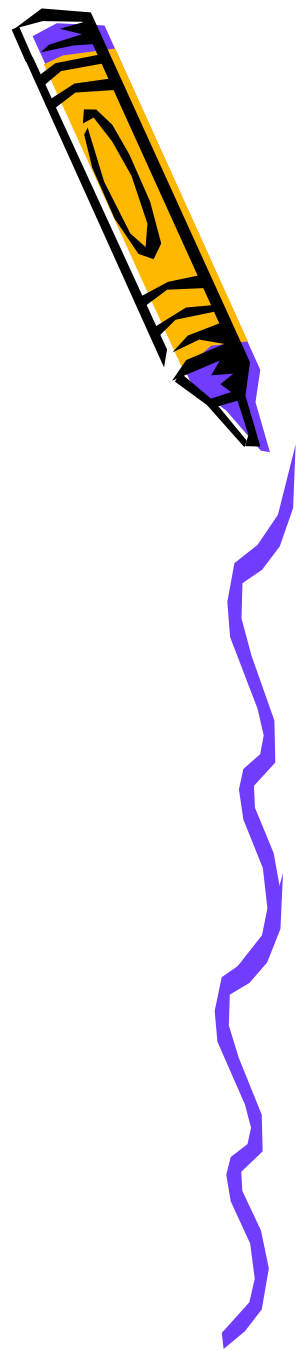
Lingkungan Perusahaan

- Lingkungan Umum
- Lingkungan Khusus



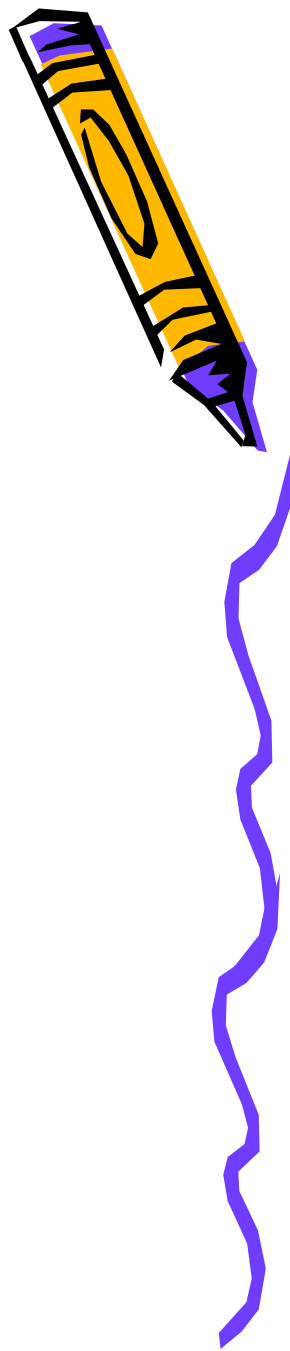
Lingkungan Umum

- Politik
- Hukum
- Sosial
- Perekonomian
- Kebudayaan
- Pendidikan
- Teknologi
- Demografi



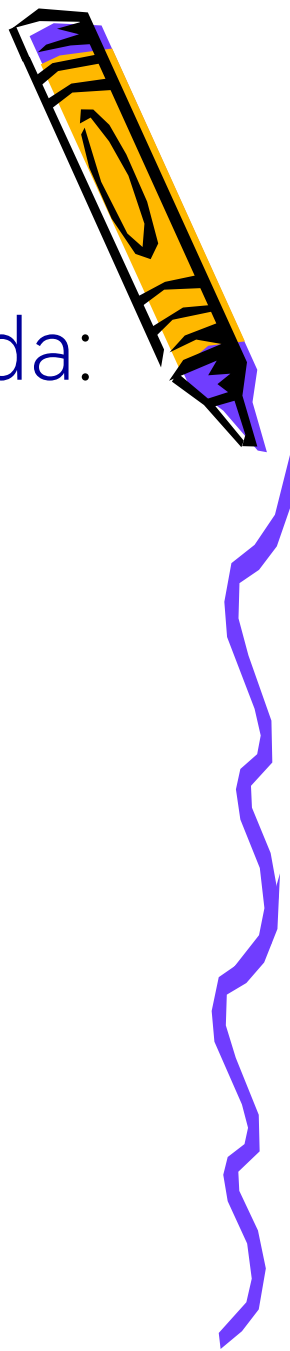
Lingkungan Khusus

- Supplier
- Konsumen
- Pesaing



Pertanggungjawaban Perusahaan, kepada:

- Investor
- Tenaga Kerja
- Konsumen
- Perantara
- Pemerintah
- Penyedia
- Pesaing
- Lembaga Penelitian
- Lingkungan



BADAN USAHA

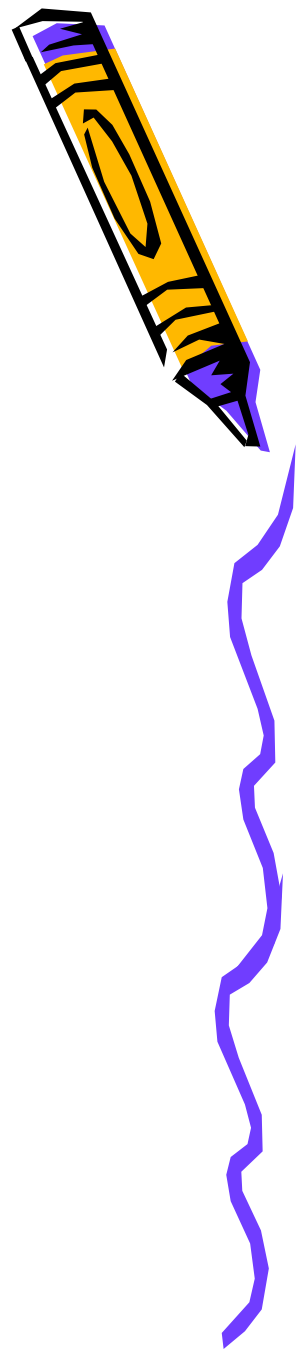
Bentuk – bentuk Badan usaha *memiliki perbedaan karakteristik* seperti:

- Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha
- Besarnya resiko kepemilikan
- Batas-batas pertanggungjawaban hutang-hutang perusahaan
- Cara pembagian keuntungan



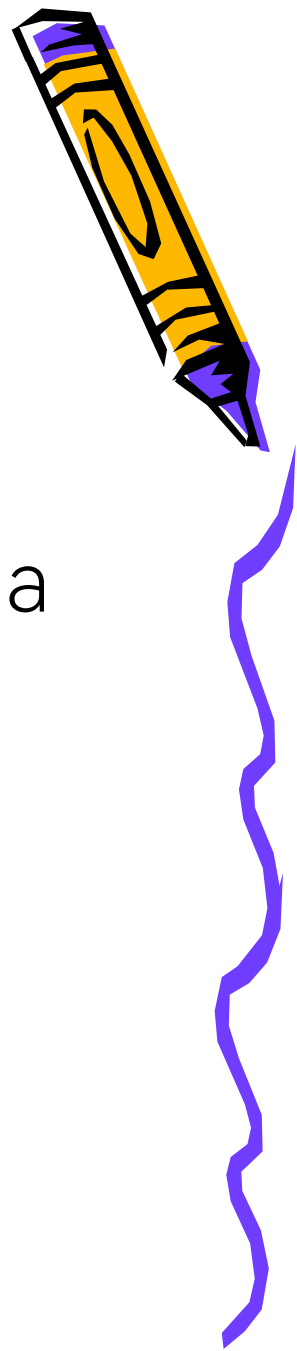
Bentuk-Bentuk Badan Usaha

- Perusahaan Perseorangan
- Perseroan Komanditer
- Perseroan Terbatas
- Badan Usaha Milik Negara
- Koperasi



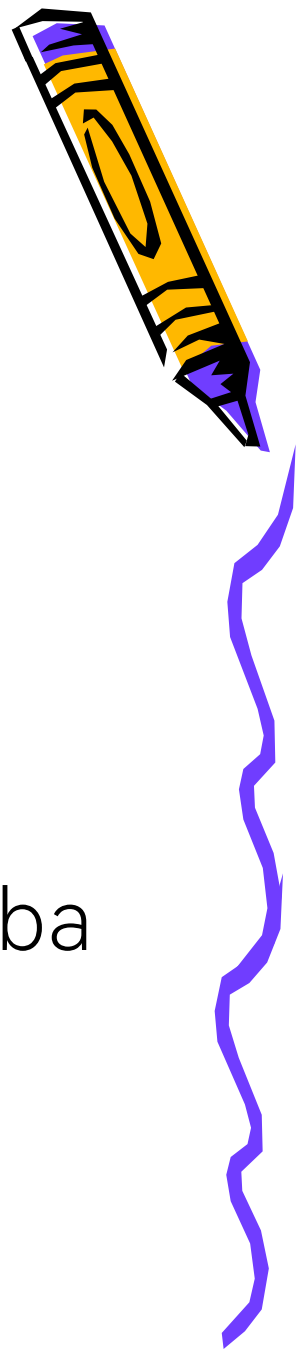
Perusahaan Perseorangan

Adalah perusahaan yang dikelola dan diawasi oleh satu orang



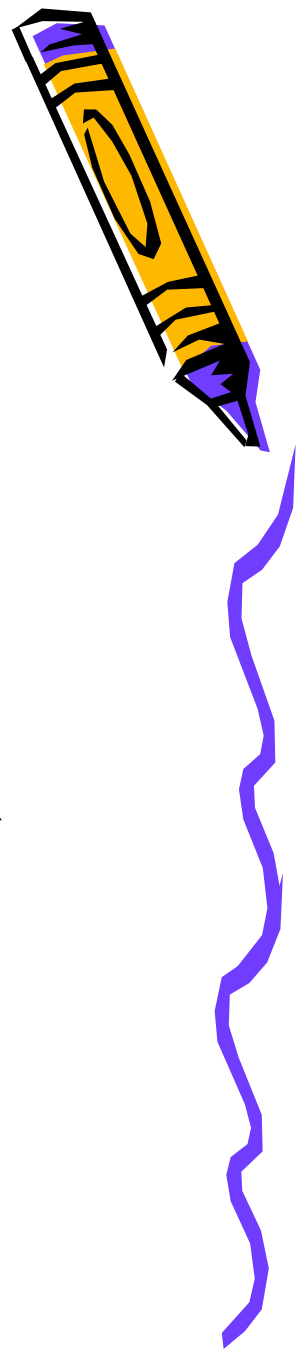
Kelebihan Perusahaan Perseorangan

- Mudah dibentuk dan dibubarkan
- Bekerja dengan sederhana (relatif)
- Pengelolaannya sederhana (relatif)
- Tidak perlu kebijakan pembagian laba



Kelemahan Perusahaan Perseorangan

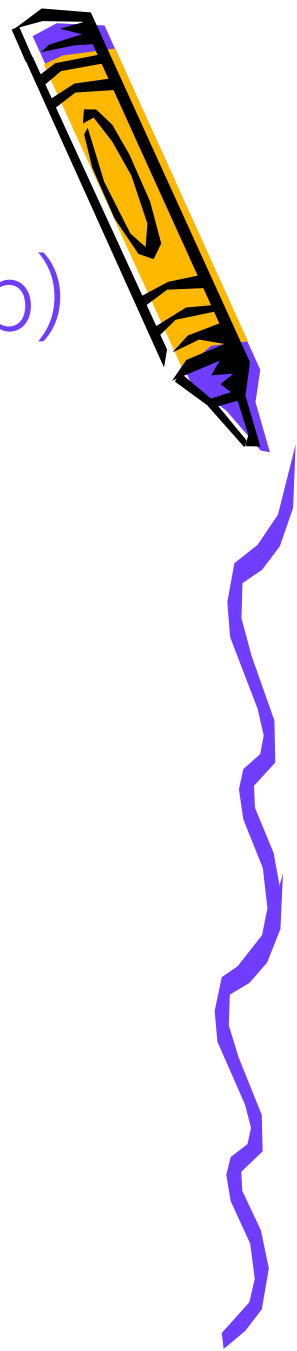
- Tangung jawab tidak terbatas
- Kemampuan manajemen terbatas (relatif)
- Sumber dana terbatas pada pemilik
- Resiko kegiatan perusahaan ditanggung sendiri



Perseroan Komanditer

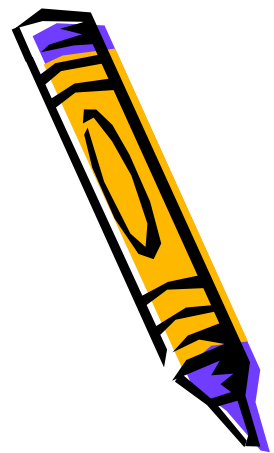
(CV : Commanditaire Vennootschap)

Adalah persekutuan yang didirikan oleh beberapa orang (sekutu) yang menyerahkan dan mempercayakan uangnya untuk dipakai dalam persekutuan.



Kelebihan Perseroan Komanditer

- Modal yang dikumpulkan relatif lebih banyak
- Kemampuan untuk memperoleh kredit lebih besar
- Manajemen dapat didiversifikasikan
- Kesempatan untuk berkembang relatif lebih besar



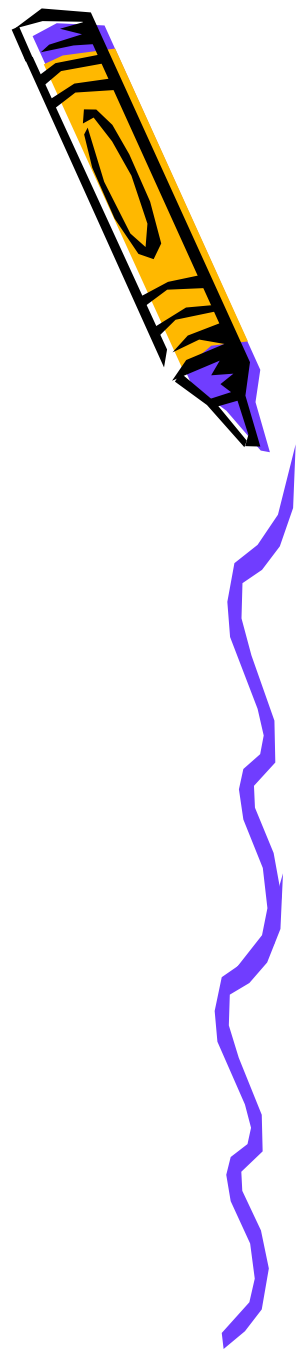
Kelemahan CV:

- Tanggung jawab tidak terbatas (bagi sekutu komplementer)
- Kelangsungan hidup relatif kurang terjamin
- Relatif sulit untuk menarik kembali investasinya



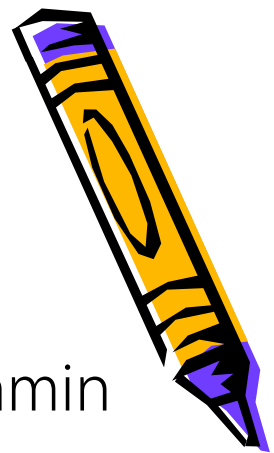
Perseroan Terbatas

Adalah suatu badan usaha yang mempunyai kekayaan, hak, serta kewajiban sendiri yang terpisah dari kekayaan, hak, serta kewajiban para pendiri maupun para pemilik



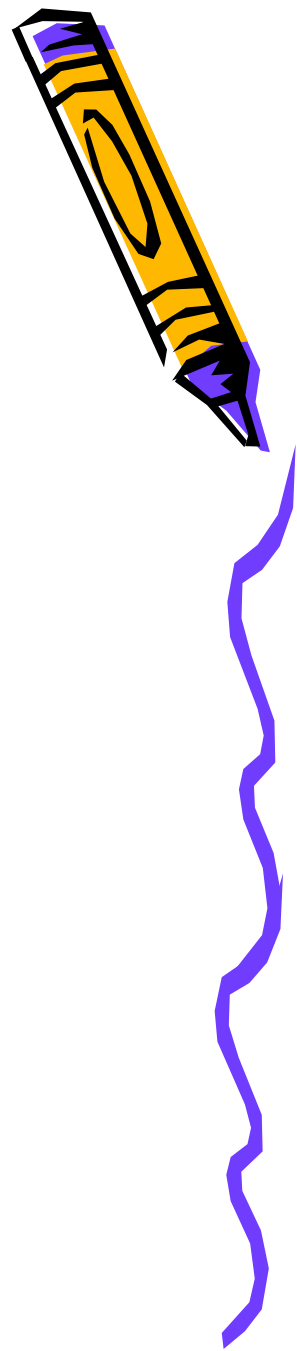
Kebaikan PT :

- Kelangsungan hidup perusahaan relatif terjamin
- Terbatasnya tanggung jawab, sehingga tidak menimbulkan resiko bagi kekayaan pribadi maupun kekayaan keluarga pemilik
- Saham dapat diperjual belikan dengan relatif mudah
- Kebutuhan modal yang lebih besar akan lebih mudah dipenuhi, sehingga memungkinkan perluasan-perluasan usaha
- Pengelolaan perusahaan dapat dilakukan dengan lebih efisien



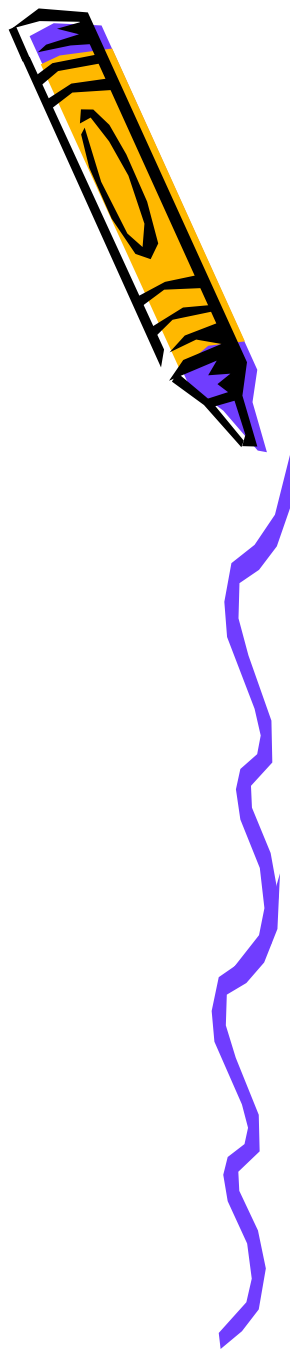
Kelemahan PT:

- Rahasia tidak terjamin
- Kurangnya hubungan yang efektif antara pemegang saham



Sifat PT

- PT Terbuka
- PT Tertutup



BUMN

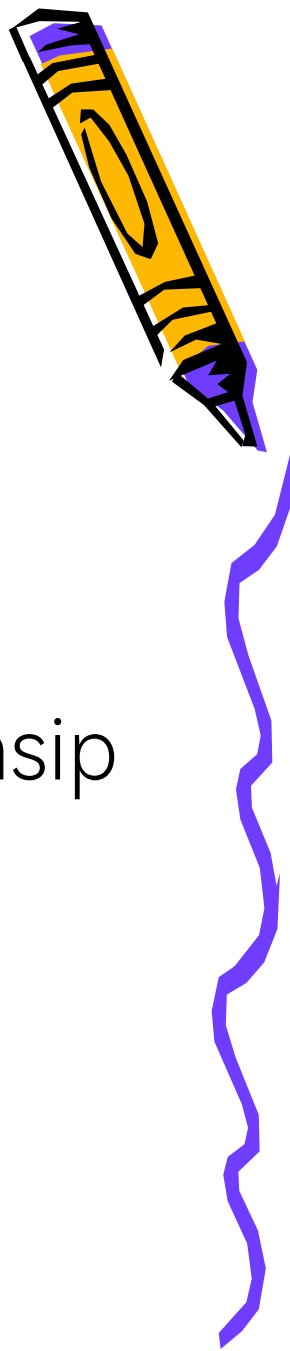
(Badan Usaha Milik Negara)

Adalah semua perusahaan dalam bentuk apapun dan bergerak dalam bidang usaha apapun yang sebagian atau seluruh modalnya merupakan kekayaan negara.



Koperasi

Adalah suatu bentuk badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang melandaskan kegiatannya pada prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas azas kekeluargaan.



Prinsip Koperasi

- Keanggotaan bersifat sukarela
- Pengelolaan dilakukan secara demokratis
- Pembagian sisa hasil usaha dilakukan berdasarkan jasa masing-masing anggota
- Kemandirian



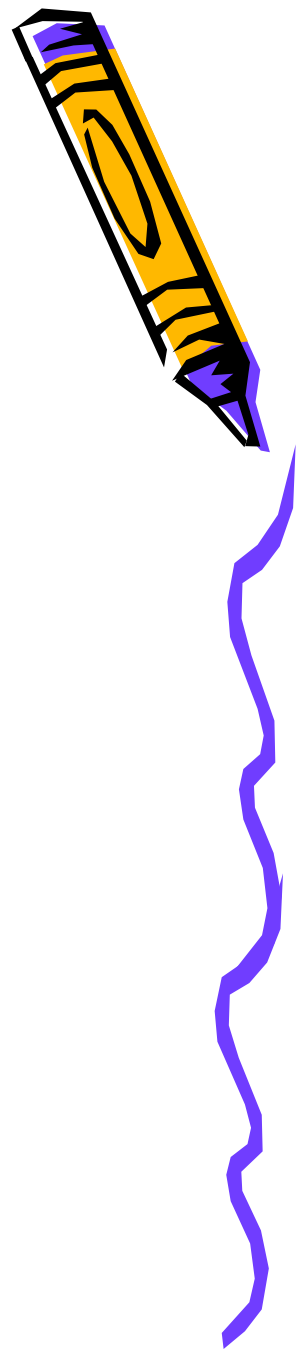
Ciri tersendiri koperasi dibanding bentuk usaha yang lain:

- Lebih mementingkan keanggotaan
- Anggotanya bebas keluar masuk
- Merupakan badan hukum yang menjalankan usaha untuk kepentingan anggota
- Kekuasaan tertinggi di dalam rapat anggota



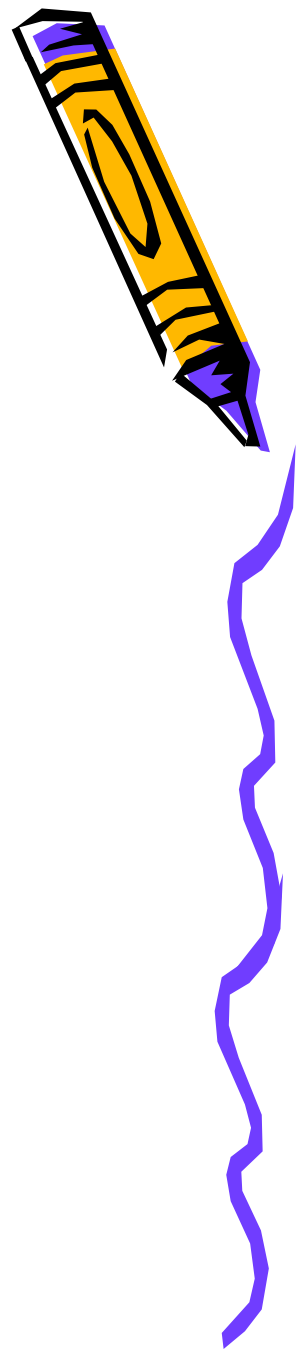
Pengelompokan Koperasi

- Koperasi Produksi
- Koperasi Konsumsi
- Koperasi Simpan Pinjam
- Koperasi Serba Usaha



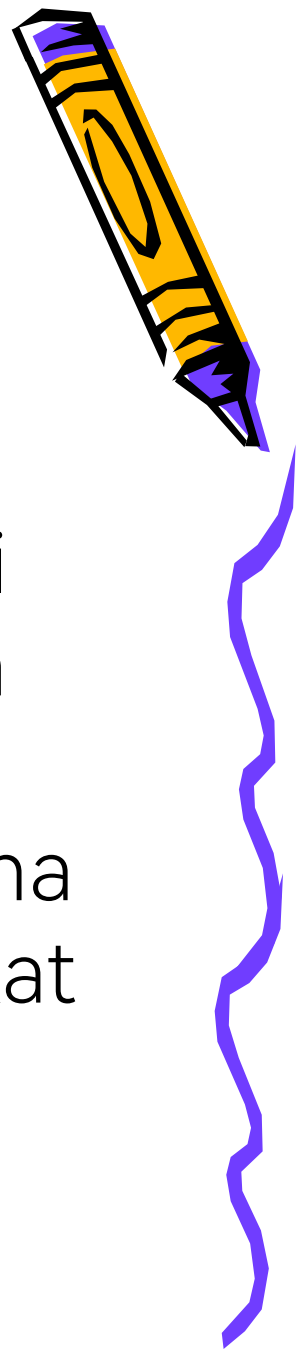
Lembaga Keuangan

- Bank
- Lembaga keuangan bukan bank



BANK

Bank adalah badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit guna meningkatkan taraf hidup masyarakat



Peranan Bank

- Dalam Negeri

Memenuhi kebutuhan ekonomi dalam bentuk penyediaan dan pengelolaan uang, yang antara lain meliputi administrasi keuangan, perdagangan, perkreditan, kiriman uang dan pengawasannya

- Luar Negeri

Jembatan dalam lalu lintas devisa, moneter, dan perdagangan, pariwisata, dan transfer uang.



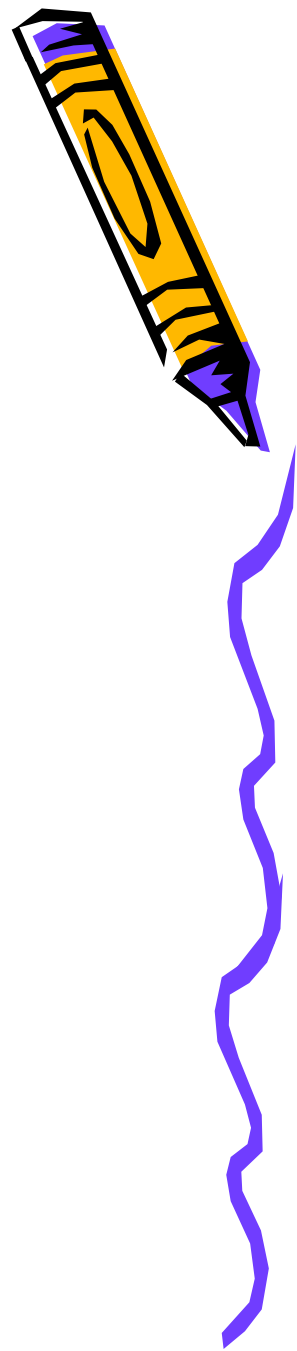
Lembaga Keuangan Bukan Bank

Merupakan badan yang melakukan kegiatan dibidang keuangan yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun serta memberikan pinjaman jangka menengah (1-5 th) dan jangka panjang

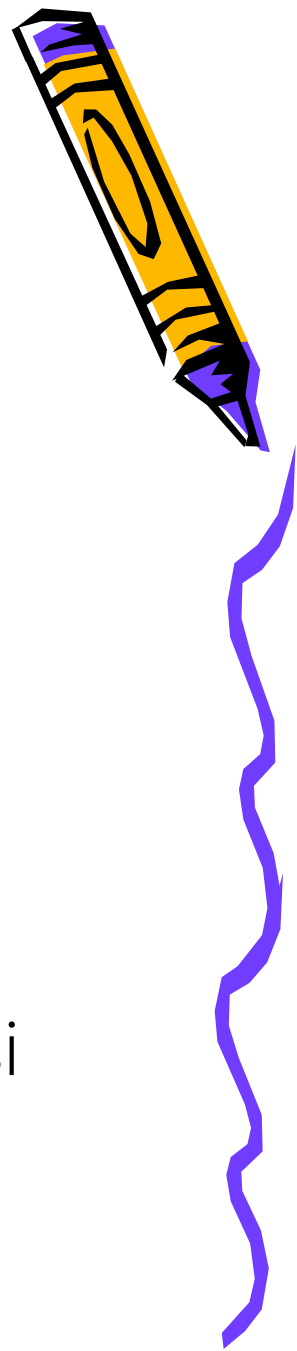


Jenis-jenis lembaga Keuangan bukan Bank

- Sewa Guna Usaha (Leasing)
- Lembaga Pembiayaan Konsumen
- Kartu Kredit
- Pialang Saham



Penggabungan Perusahaan

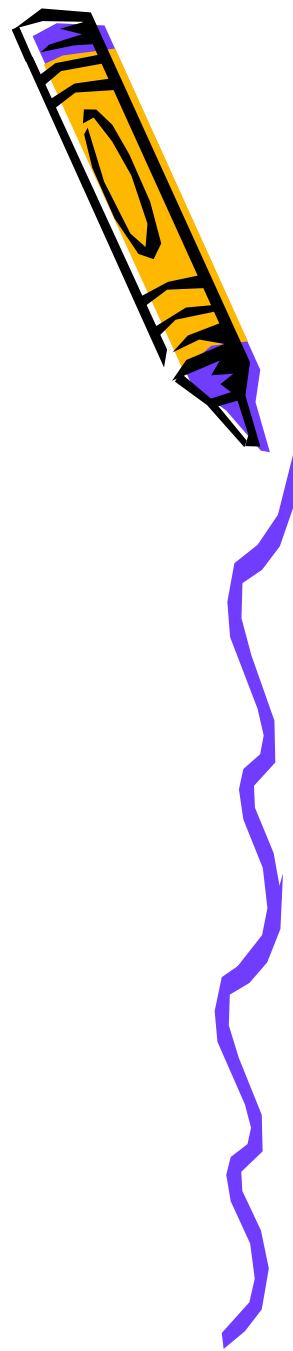
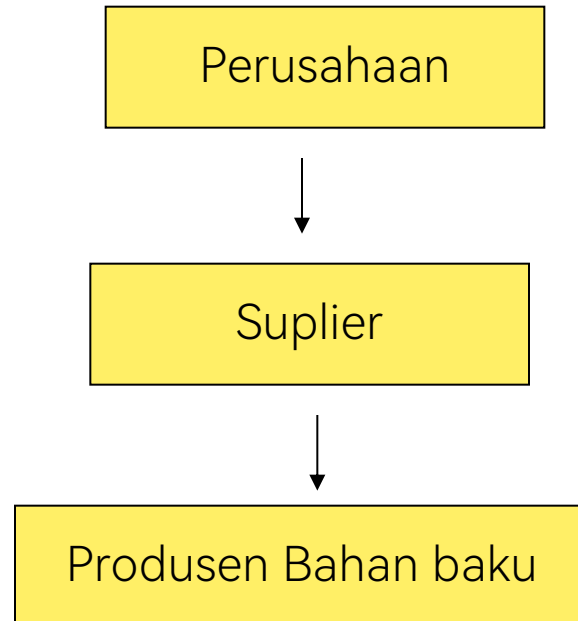


- Bentuk-bentuk Penggabungan:
 - Penggabungan Vertikal-Integral
 - Penggabungan Horizontal -Pararelisasi



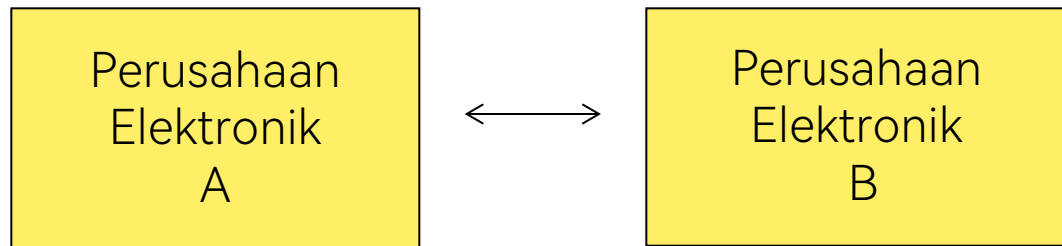
Penggabungan Vertikal-Integral

Merupakan bentuk penggabungan antara perusahaan yang dalam kegiatannya memiliki tahapan produksi berbeda.



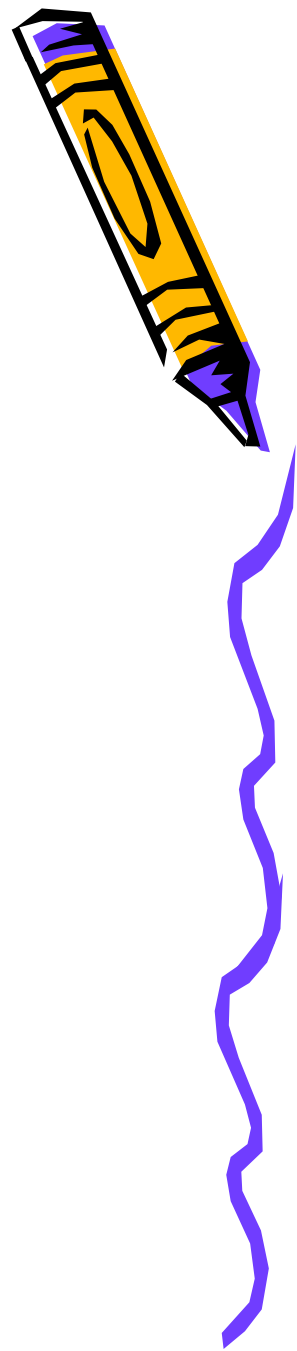
Penggabungan Horizontal-Pararelisasi

Bentuk Penggabungan antara dua atau lebih perusahaan yang berkerja pada jalur atau tingkat yang sama, Penggabungan ini bisa jadi untuk aliansi strategi atau untuk menekan persaingan



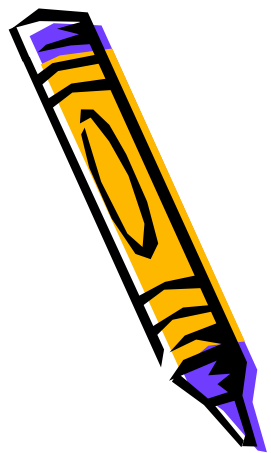
Istilah – Istilah Lain dalam Penggabungan Perusahaan

- Holding Company
- Kartel
- Joint Venture
- Trade Association
- Akuisisi

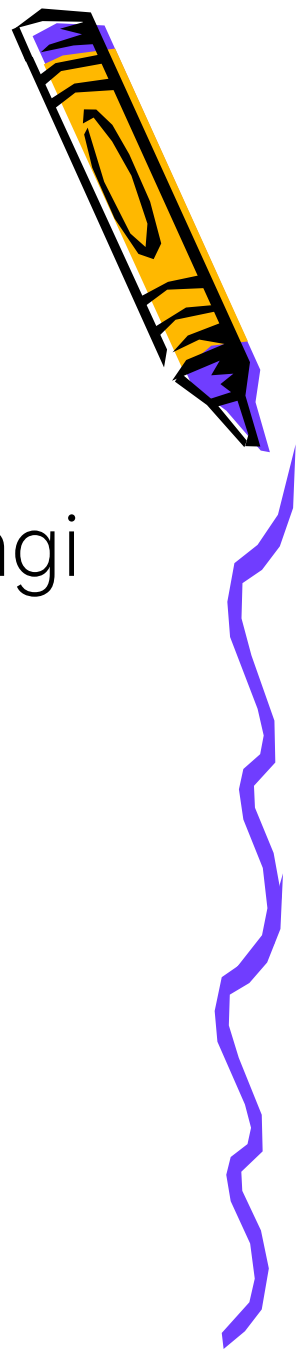


Holding Company

Yaitu perusahaan yang berbentuk *corporation* yang menguasai sebagian besar saham dari perusahaan lain dalam hal ini status perusahaan lain akan menjadi anak perusahaan dan kebijakan perusahaan dipengaruhi oleh perusahaan induk (holding)



Kartel



Merupakan bentuk kerja sama perusahaan yang didasarkan atas perjanjian bersama untuk mengurangi persaingan.

Bentuk kartel :

Kartel harga, kartel produksi, kartel daerah.



Joint Venture

Merupakan perusahaan baru yang didirikan atas dasar kerjasama antara beberapa perusahaan yang berdiri sendiri



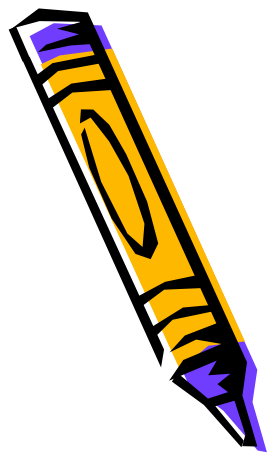
Trade Association

Merupakan persekutuan beberapa perusahaan dari suatu cabang perusahaan yang sama dengan tujuan memajukan para anggota



Akuisisi

- Merupakan pengambilalihan sebagian saham perusahaan oleh perusahaan lain dan perusahaan yang mengambil alih menjadi holding sedang perusahaan yang diambil alih menjadi anak perusahaan.



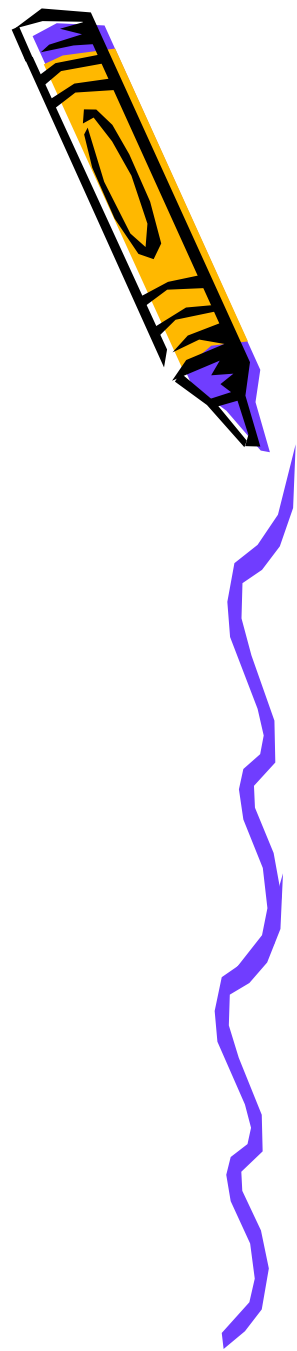
Franchising (Waralaba)

- Merupakan perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.



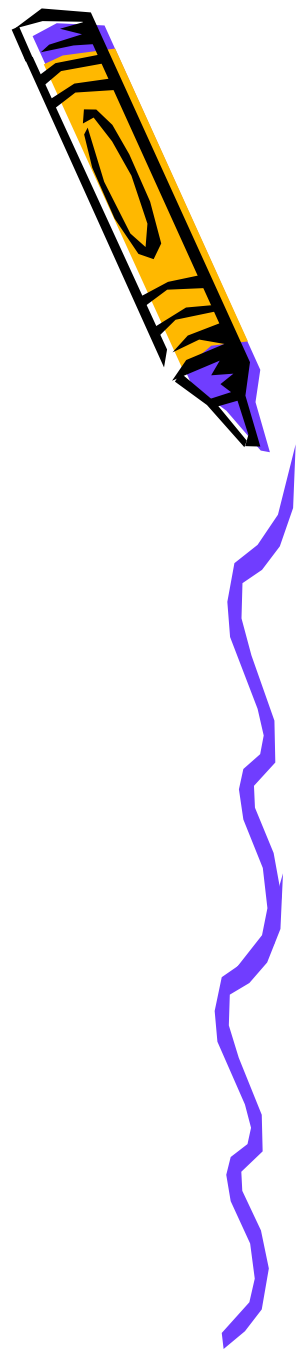
Franchisor & Franchisee

- Franchisor =
Pihak yang menjual Lisensi
- Franchise =
Pihak yang membeli Lisensi



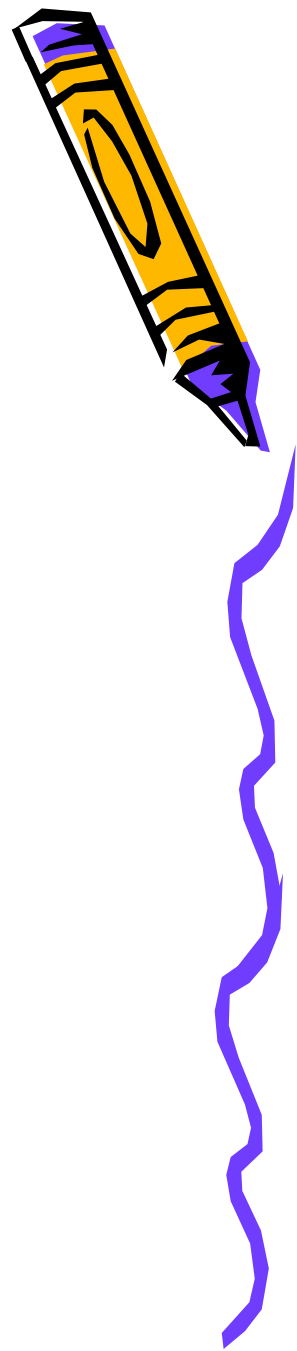
Contoh-contoh Franchise:

- Toko Swalayan Indomaret
- Toko Swalayan Alfa Mart
- Kebab Turki Baba Rafi
- Roti Maryam
- Multiplus
- Java Net Café
- Sekolah Musik Purwacaraka
- ILP
- English First
- Bakso Kota
- Es Teler 77, dll



Keuntungan Franchising

- Pengalaman & Faktor sukses
- Brand dan Reputasi
- Standarisasi Mutu
- Bantuan Manajemen & Teknik
- Perlindungan Wilayah
- Memperoleh manfaat market riset & product development
- Sistem Operasional terstandar
- Resiko gagal lebih kecil



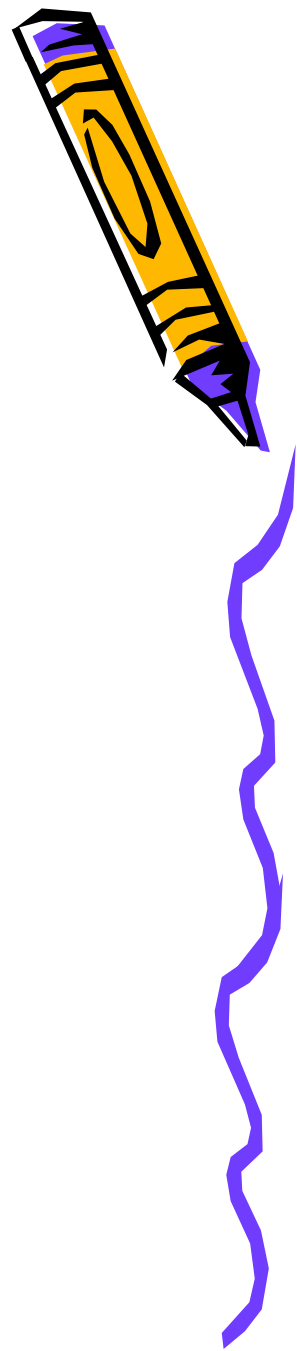
Bantuan yang diberikan Franchisor:

- Pelatihan Manajemen & Rekrutment karyawan
- Pemilihan & Pengkajian Lokasi
- Rancangan fasilitas & Rencana Bangunan
- Dukungan promosi
- Spesifikasi peralatan produk
- Bantuan pada pembukaan franchise
- Monitoring



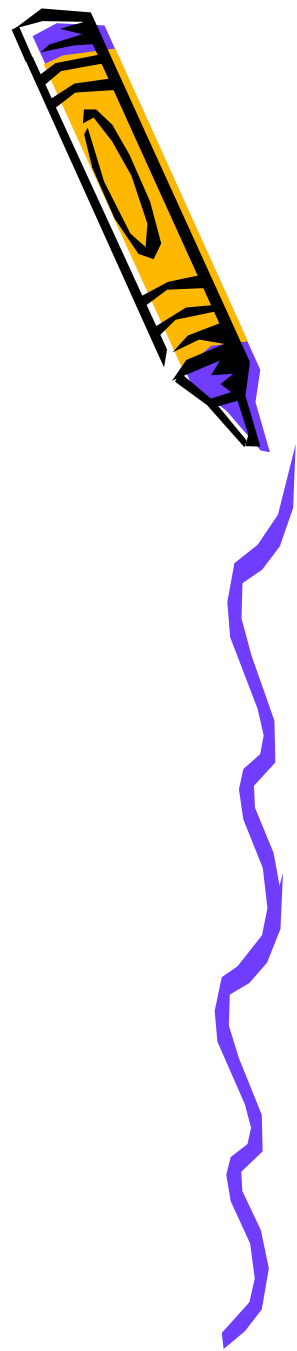
Manajemen Perusahaan

- Definisi Manajemen:
 - sebagai suatu proses
 - sebagai suatu seni



Fungsi Manajemen

- Planing
- Organizing
- Actuating
- Controlling



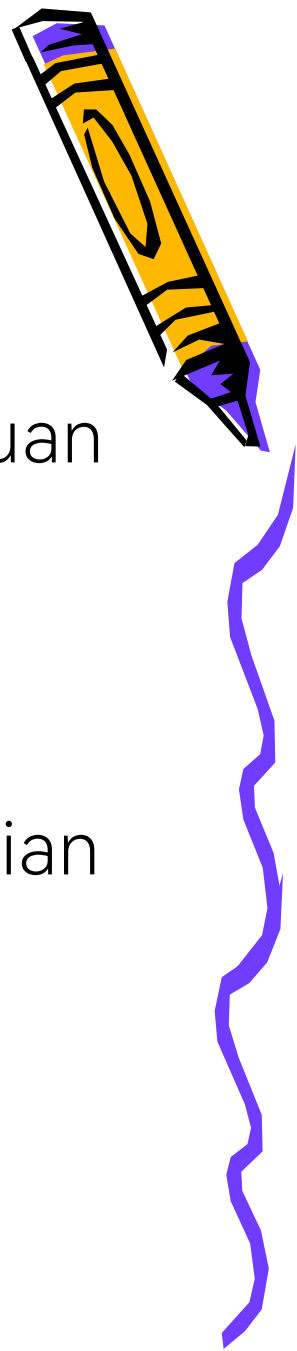
Perencanaan

- Merupakan suatu proses pemilihan kegiatan/ sekumpulan kegiatan dan keputusan selanjutnya, mengenai apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa suatu kegiatan tersebut dilakukan.



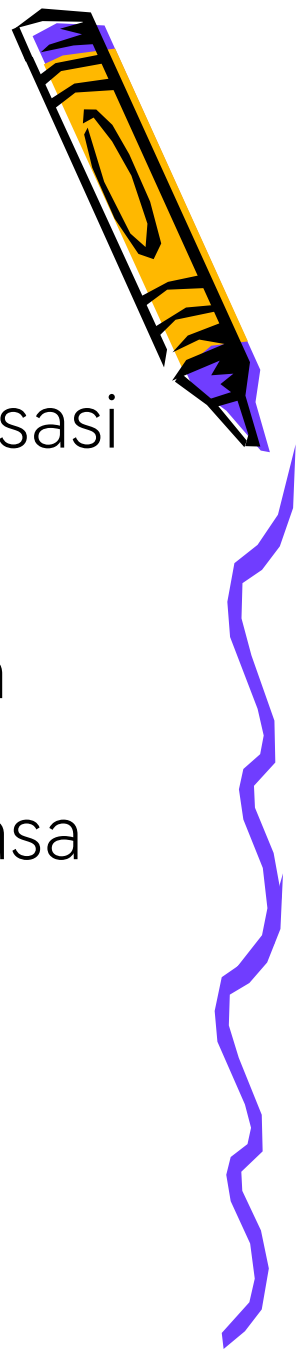
Empat tahap perencanaan

- Menetapkan tujuan atau serangkaian tujuan
- Merumuskan keadaan saat ini
- Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan
- Mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan untuk pencapaian tujuan



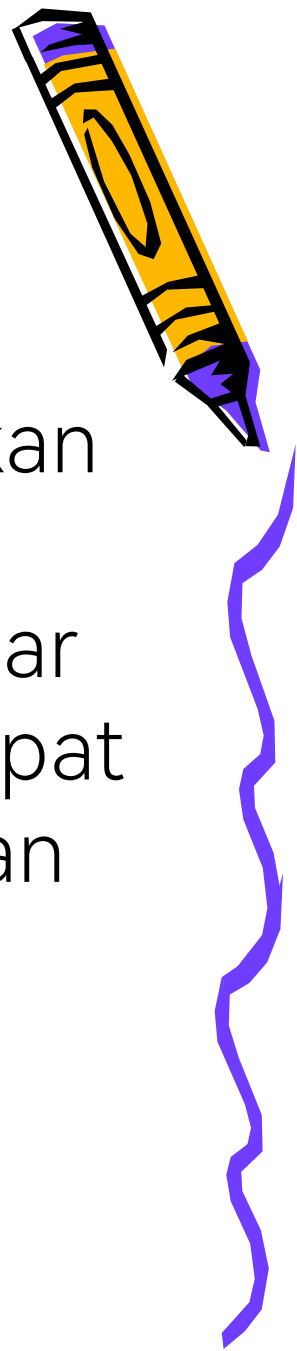
Manfaat Perencanaan

- Memberikan arah dan tujuan bagi organisasi
- Sebagai pedoman untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan
- Mengurangi resiko karena ketidakpastian atau perubahan dimasa yang akan datang
- Membantu memperkirakan peluang dimasa yang akan datang
- Efisiensi biaya



Pengorganisasian

- Merupakan suatu proses menciptakan hubungan antara berbagai fungsi, personalia dan faktor-faktor fisik agar semua pekerjaan yang dilakukan dapat bermanfaat serta terarah pada tujuan



Pengarahan

- Adalah tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota organisasi melakukan kegiatan yang sudah ditentukan kearah tercapainya tujuan



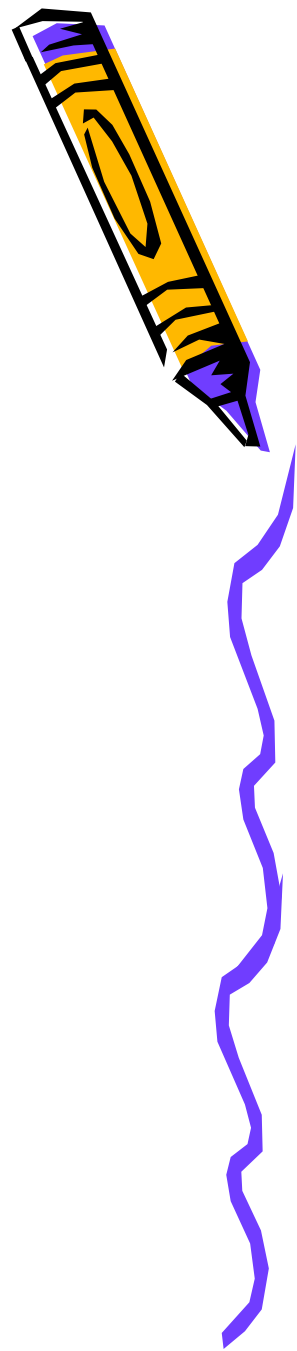
Pengendalian

- Merupakan aktivitas untuk menemukan, mengoreksi adanya penyimpangan-penyimpangan dari hasil yang telah dicapai dibandingkan dengan rencana kerja yang telah ditetapkan.



Ketrampilan Relatif yang dibutuhkan Manajer

- Technical Skill
- Human Relation Skill
- Conceptual Skill



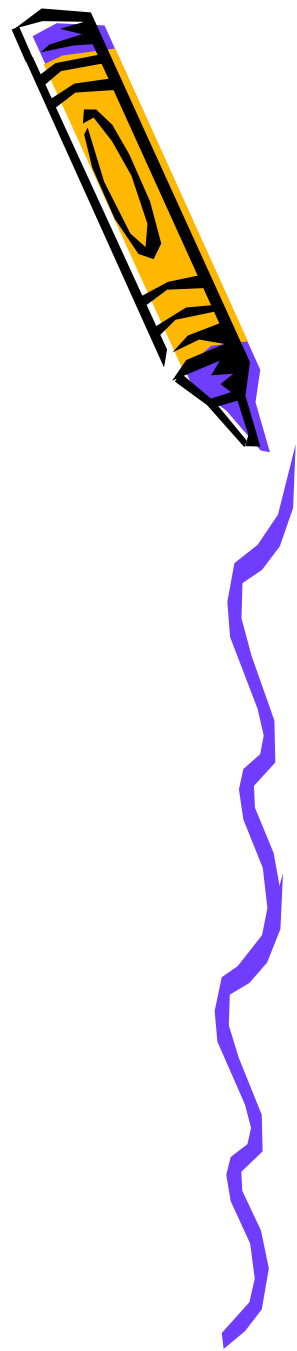
Pemasaran

Adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain



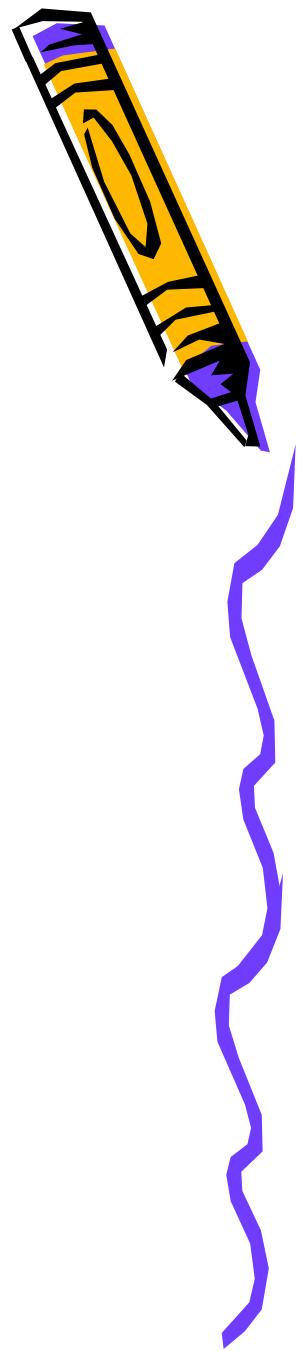
Key word definisi pemasaran tsb diatas:

- Kebutuhan
- Keinginan
- Permintaan
- Produk
- Nilai
- Hubungan



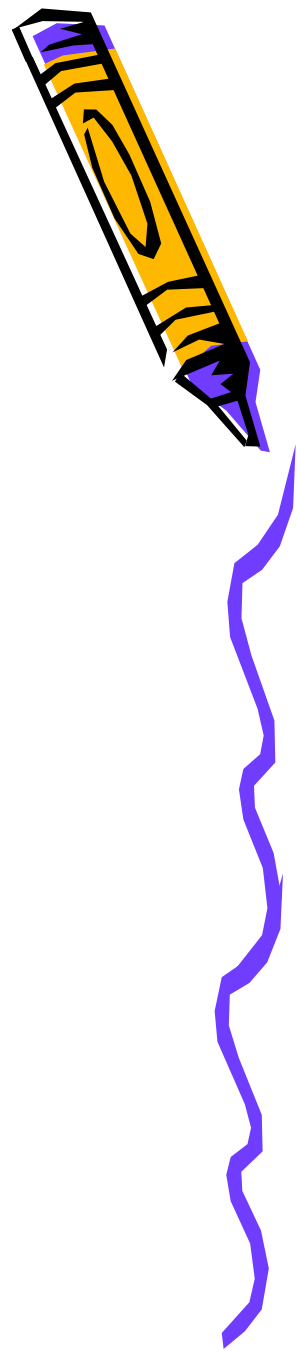
Manajemen Pemasaran

Analisis, perencanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai sasaran organisasi.



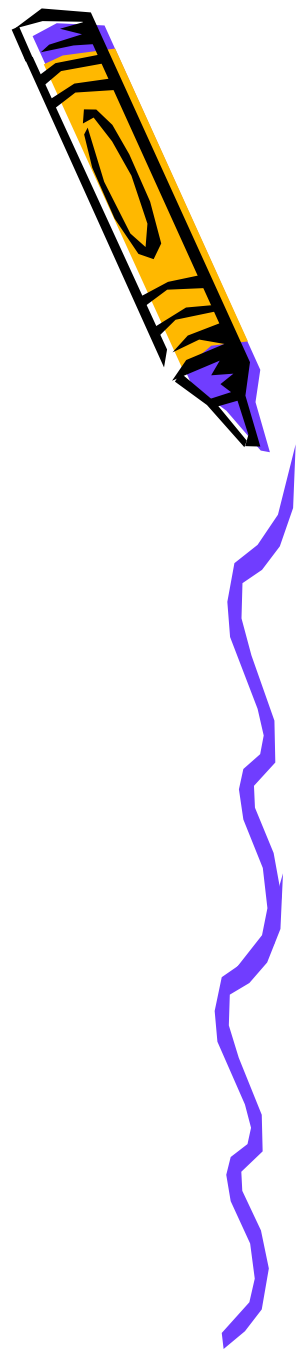
Falsafah Manajemen Pemasaran

- Konsep Produksi
- Konsep Produk
- Konsep Penjualan
- Konsep Pemasaran



Proses Pemasaran

1. Pengukuran dan Peramalan Permintaan
2. Segmentasi Pasar
3. Penetapan Pasar Sasaran
4. Penentuan Posisi Pasar

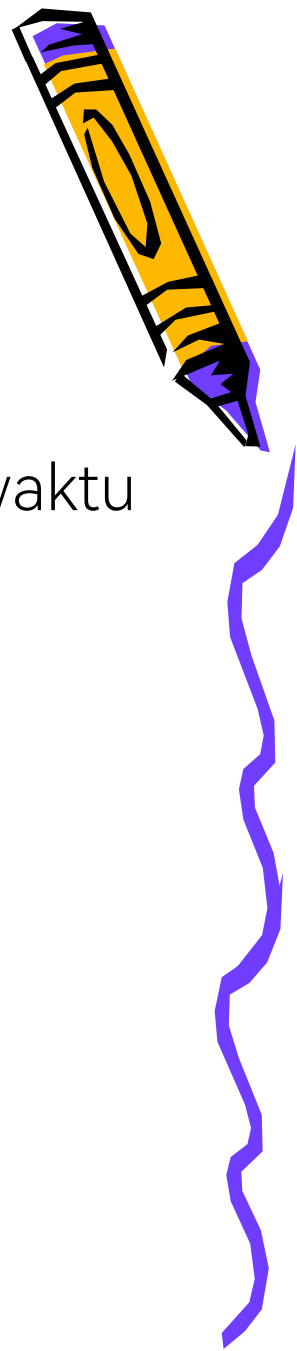


Pengukuran dan peramalan Permintaan

- Mengestimasi besarnya pasar sekarang dan waktu yang akan datang

Meliputi:

- identifikasi produk pesaing
- Identifikasi volumen penjualan sekarang
- Menentukan apakah pasar sudah cukup besar
- Potensi pertumbuhan pasar



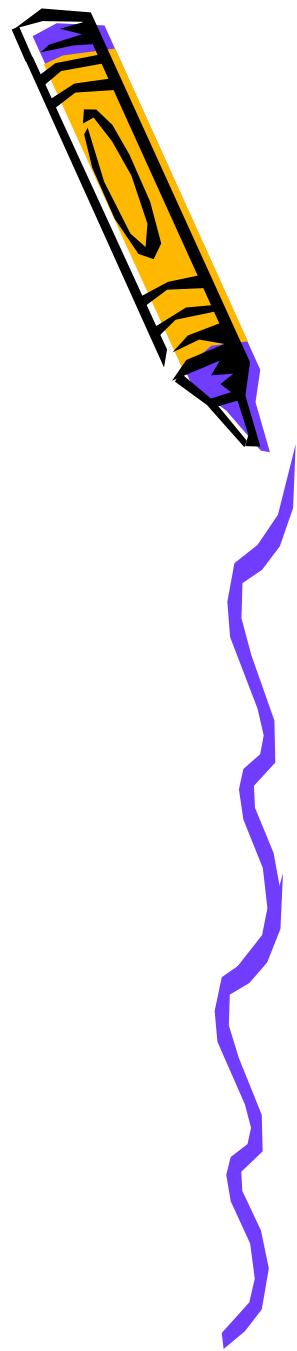
Segmentasi Pasar

- Pemasar harus menentukan segmen mana yang menawarkan kesempatan terbaik untuk perusahaan mencapai sasarannya



Segmentasi Pasar:

- Faktor Geografik
- Faktor Demografik
- Faktor Psikografik
- Faktor Perilaku



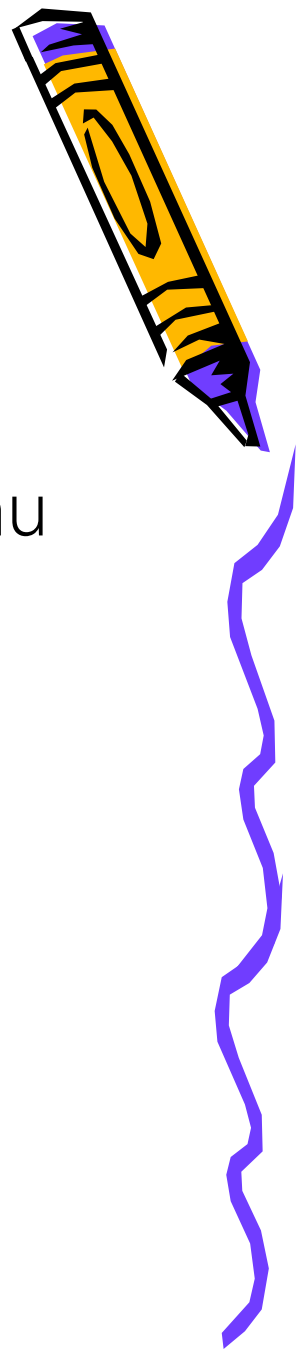
Segmen Pasar

Adalah kelompok konsumen yang memberikan tanggapan dengan cara yang sama terhadap seperangkat rangsangan pemasaran



Penetapan Pasar Sasaran

- Mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dan memilih salah satu atau lebih segmen untuk dilayani
- Perusahaan harus menetapkan segmen sasaran yang dapat menghasilkan nilai pelanggan terbesar dan dapat dipertahankan dari waktu-ke waktu



Penentuan Posisi Pasar

- Posisi suatu produk adalah tempat produk dalam pikiran konsumen relatif terhadap pesaing

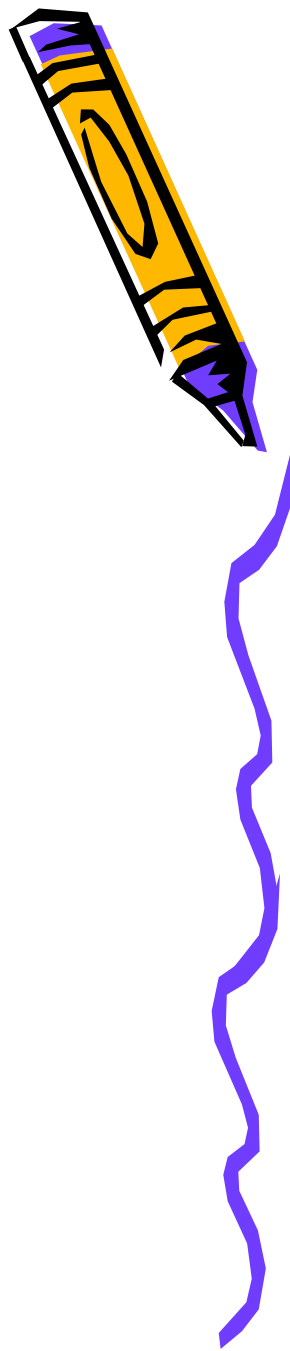
Dalam menentukan posisis produk mula-mula perusahaan harus mengidentifikasi keunggulan-keunggulan kompetitif yang mungkin akan digunakan untuk membangun posisi tersebut

Jadi penentuan posisi pasar yang efektif berawal dengan pembedaan (pendiferensiasian) atas tawaran pemasaran perusahaan sehingga memberikan kepada konsumen nilai lebih besar daripada tawaran pesaing kepada mereka



Marketing Mix

- Product
- Price
- Place
- Promotion



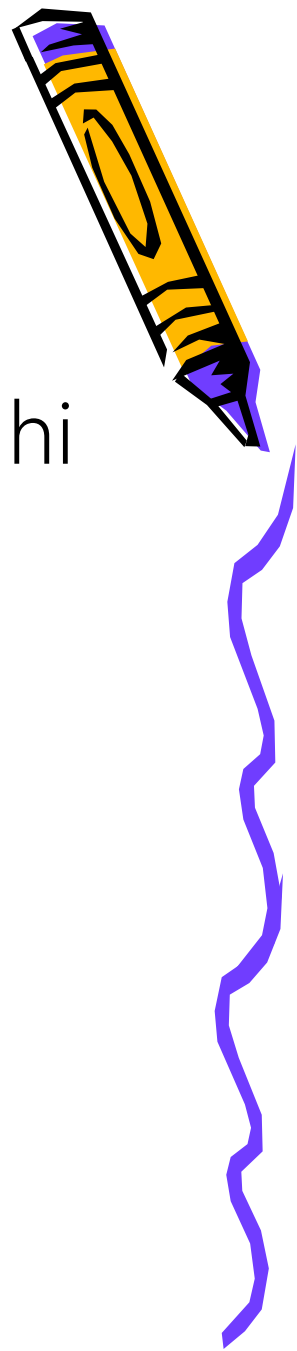
Product

- Keputusan mengenai produk
 - Merk, Tanda merk, Merk dagang, Hak Cipta
- Keputusan mengenai kemasan
 - Kemasan primer, kemasan sekunder, kemasan pengiriman



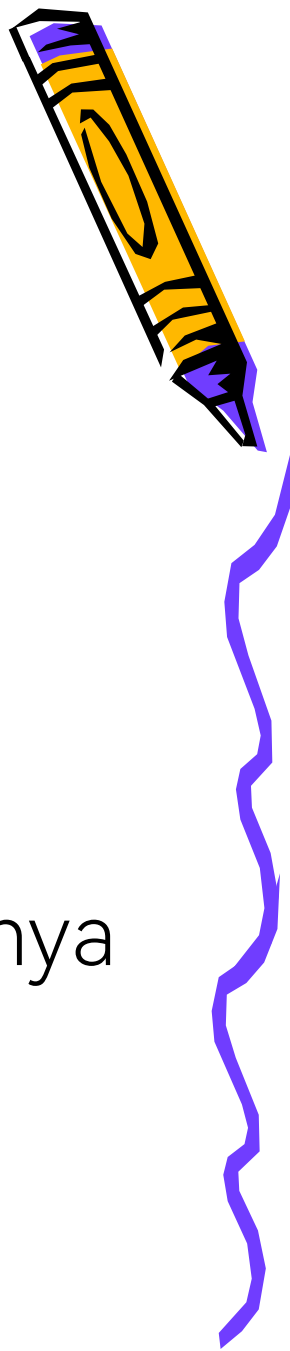
Harga

- Beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat harga:
 - Perekonomian
 - Penawaran dan permintaan
 - Persaingan
 - Daya beli masyarakat
 - Pengawasan pemerintah



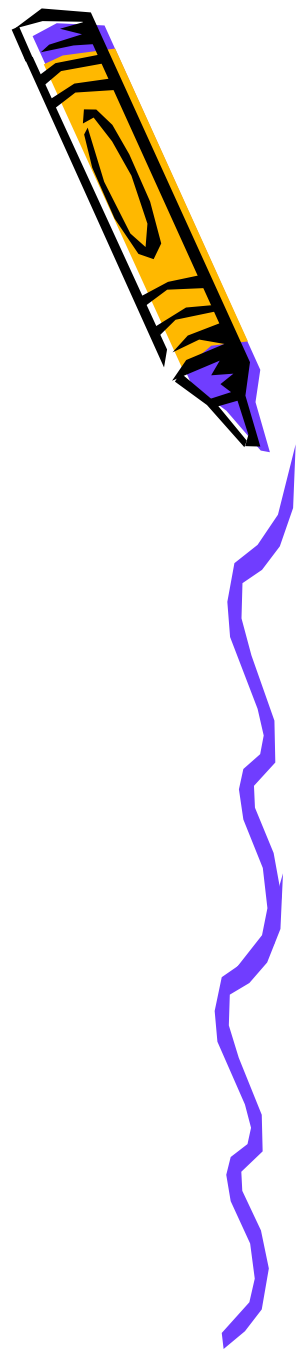
Beberapa metode penetapan harga

- Cost plus pricing
- Mark Up Pricing
- Penetapan Harga Break Even
- Penetapan Harga dalam hubungannya dengan pasar



Beberapa strategi penetapan harga

- Penetapan harga psikologis
- Potongan pembelian
- Penetapan harga geografis
- Skimming price



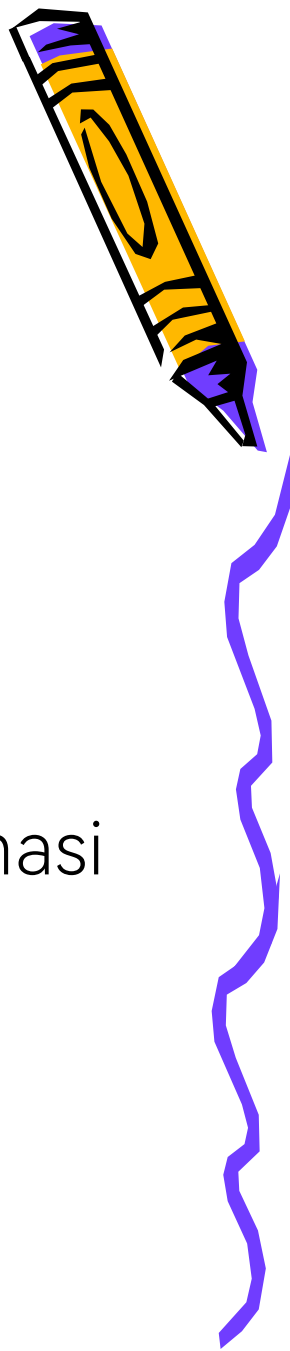
Saluran Distribusi

Adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen



Manfaat Perantara

- Penghubung antara produsen dan konsumen
- Penyediaan alat dan jasa reparasi
- Penyimpanan produk dalam gudang
- Kegiatan promosi dan penyediaan informasi
- Penyortiran, pembungkusan, dan pengepakan produk



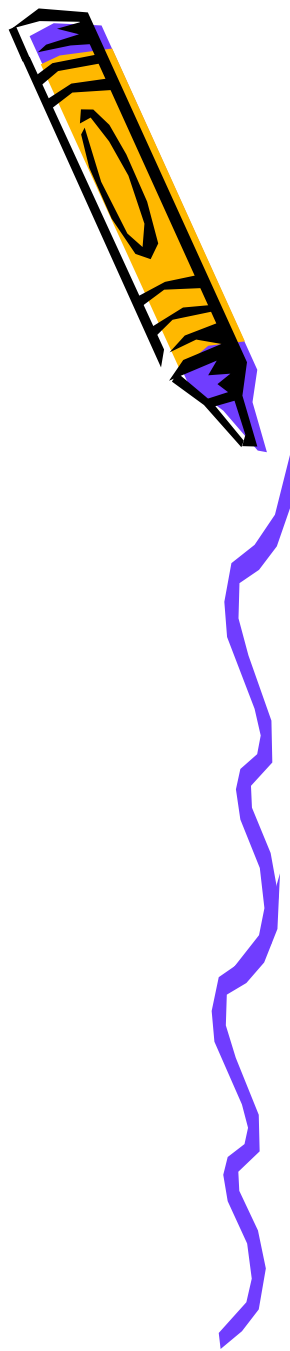
Tingkat saluran

- Produsen-konsumen
- Produsen-pengecer-konsumen
- Produsen-pedagang besar-penecer-konsumen
- Produsen-agen-pedagang besar-pengecer-konsumen



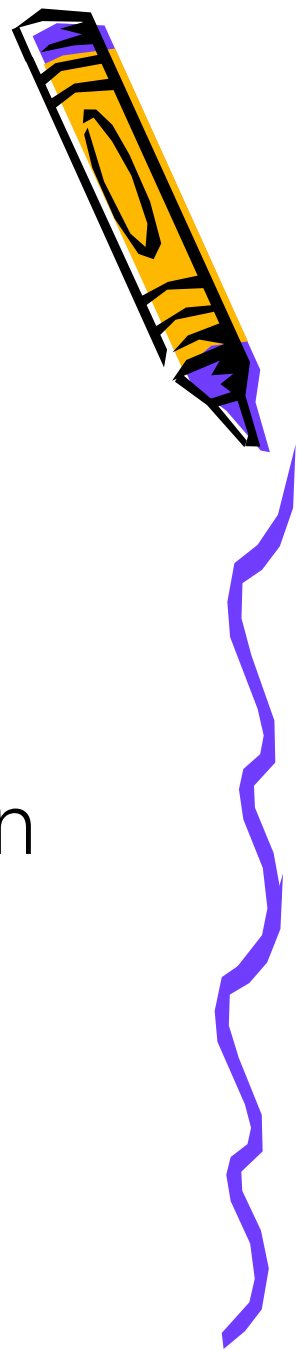
Promosi

- Periklanan
- Personal Selling
- Promosi penjualan
- Publisitas



Peranan Promosi

- Memberi informasi
- Membujuk
- Mengingatkan masyarakat akan produk, jasa, atau image perusahaan



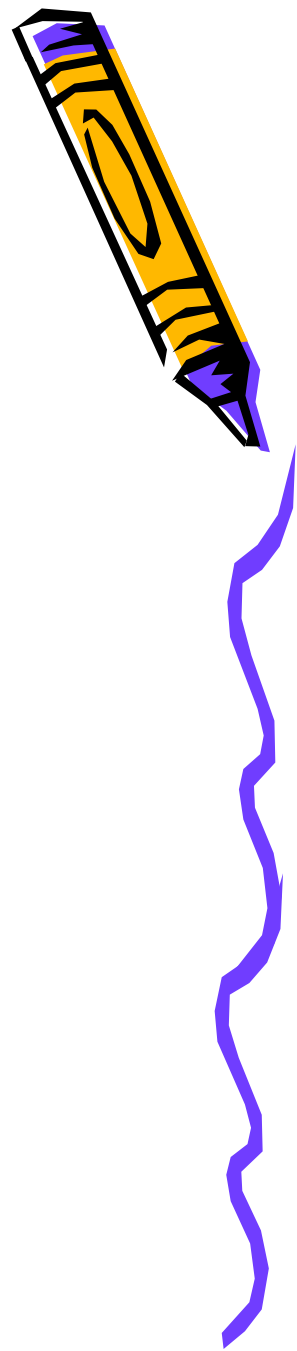
Periklanan

- Komunikasi non individu, dengan sejumlah biaya, melalui media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga, atau individu



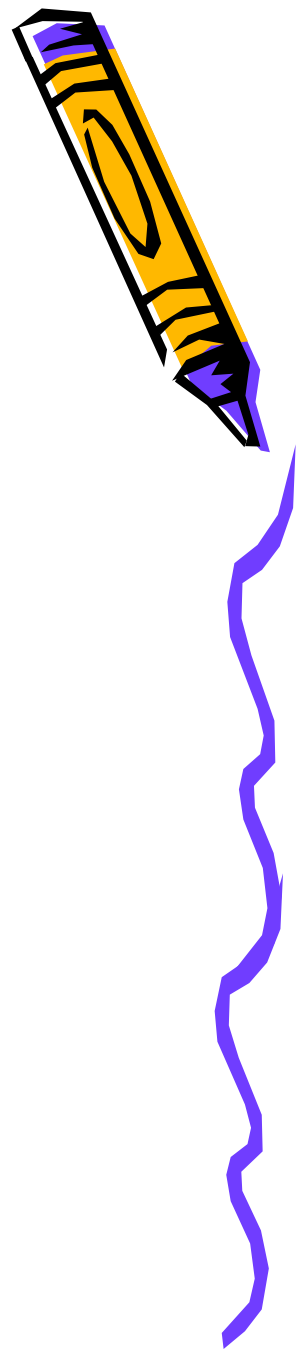
Media Periklanan

- Surat kabar
- Majalah
- Radio
- Televisi
- Pos



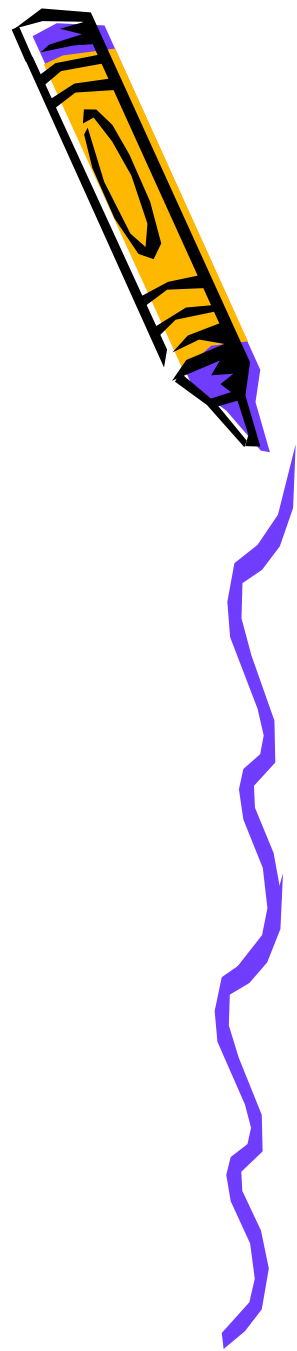
Keputusan tentang Media

- Jangkauan
- Frekuensi
- Pengaruh



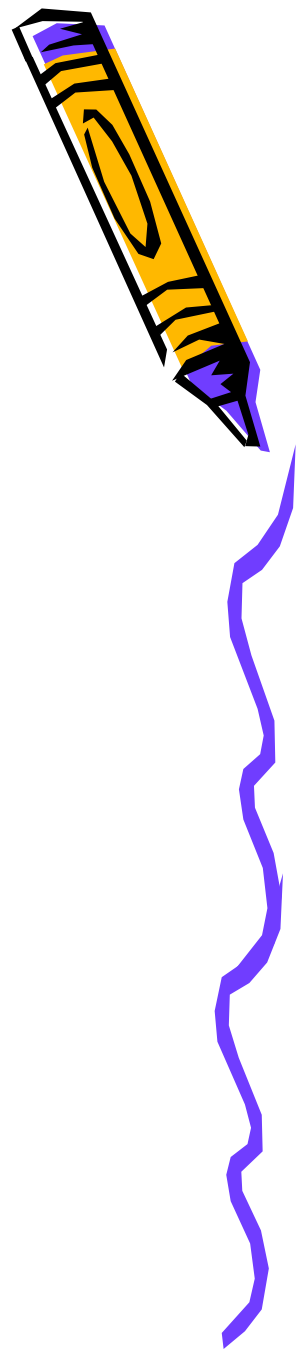
Personal Selling

- Persiapan sebelum penjualan (prospecting)
- Penentuan lokasi pembeli potensial
- Pendekatan pendahuluan
- Melakukan penjualan (presentation, handling objection, closing)
- Pelayanan sesudah penjualan



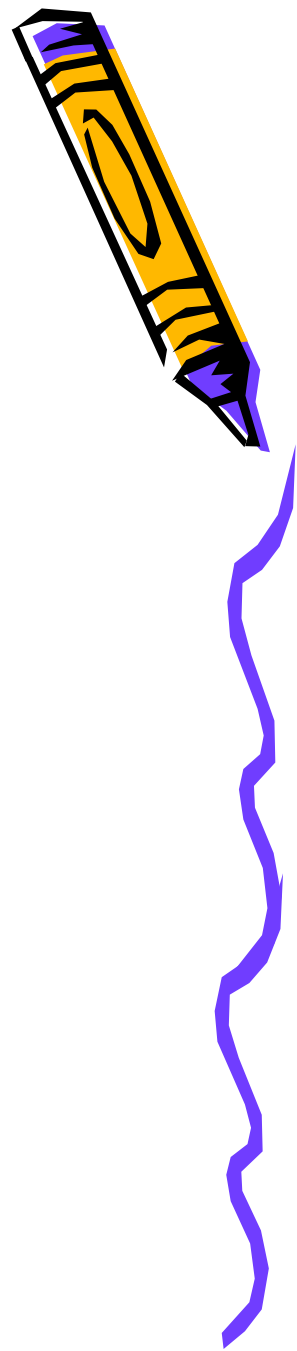
Promosi Penjualan

- Peragaan
- Pameran
- Hadiah
- Contoh barang, dsb



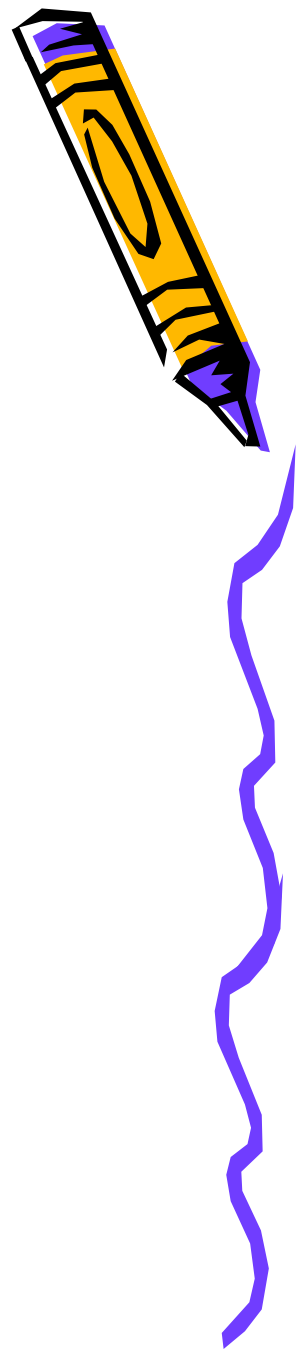
Publisitas

- Merupakan sarana promosi melalui media (bersifat berita)



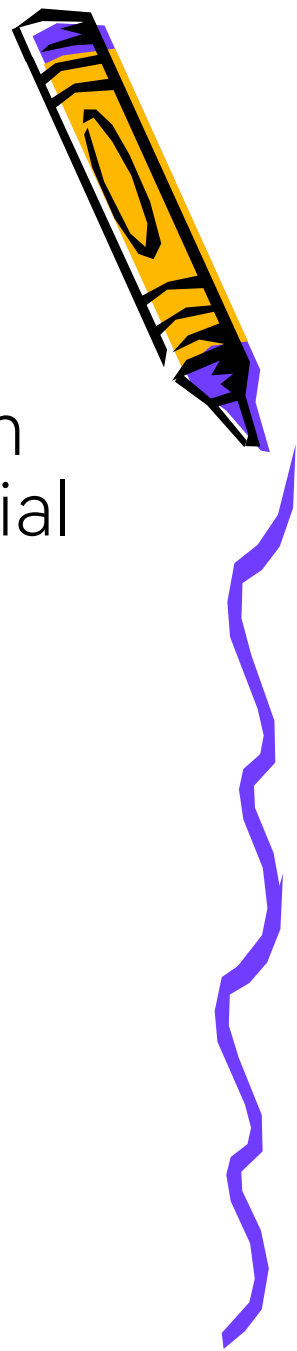
PRODUKSI

- Produksi
- Manajemen Produksi



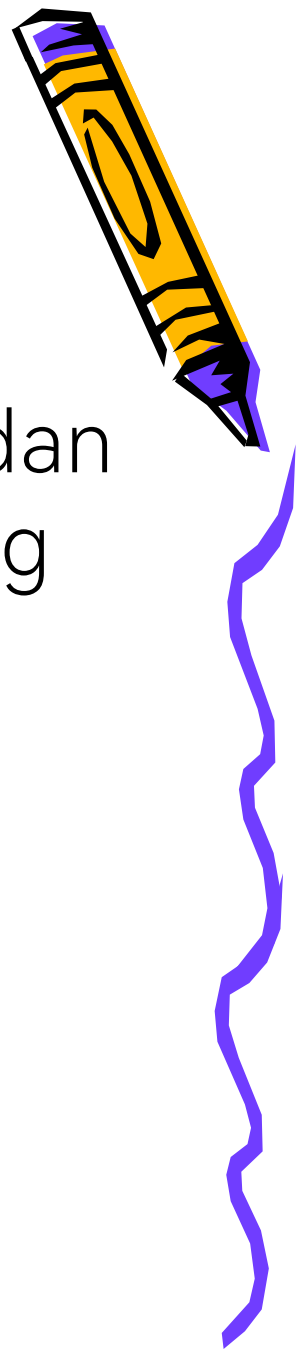
Produksi

- Suatu kegiatan bisnis yang menggunakan orang dan mesin untuk mengubah material menjadi produk yang dapat dijual.
- Dua jenis perusahaan yang memiliki kegiatan seperti ini:
 - Processing Company
 - Manufacturing Company



Manajemen Produksi

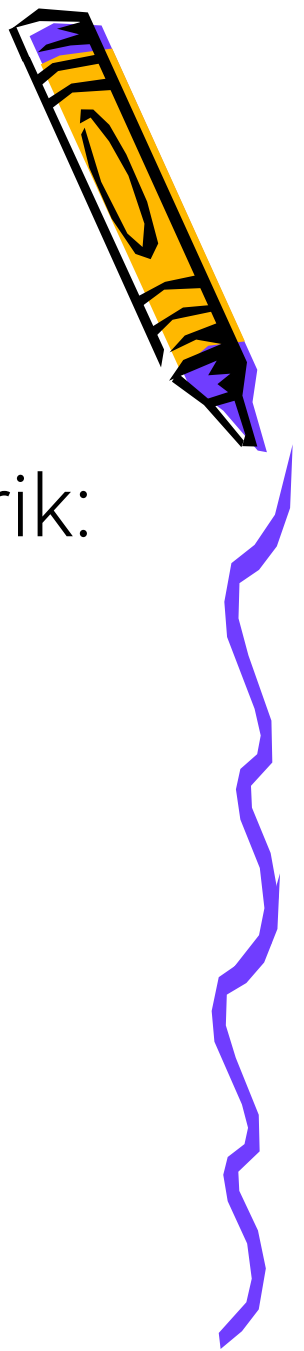
- Adalah pekerjaan mengkoordinasi dan mengendalikan semua kegiatan yang diperlukan untuk membuat suatu produk.



Pemilihan Lokasi Pabrik

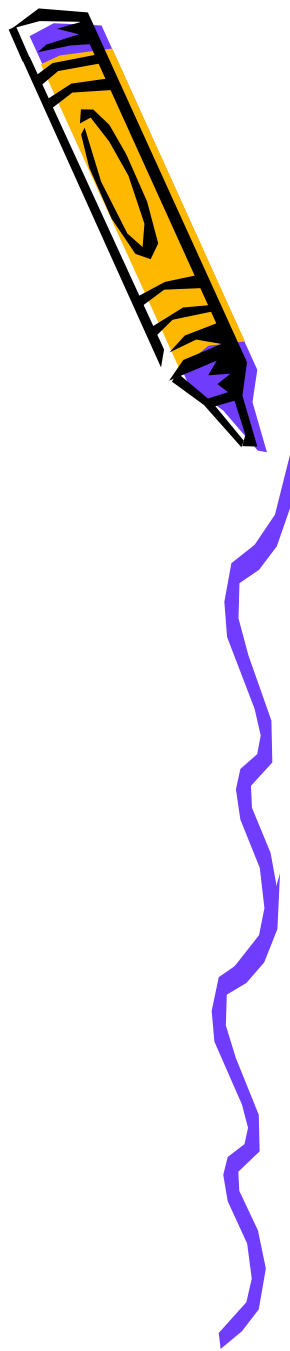
- Pertimbangan pemilihan lokasi pabrik:

1. Proximity
2. People
3. Physical



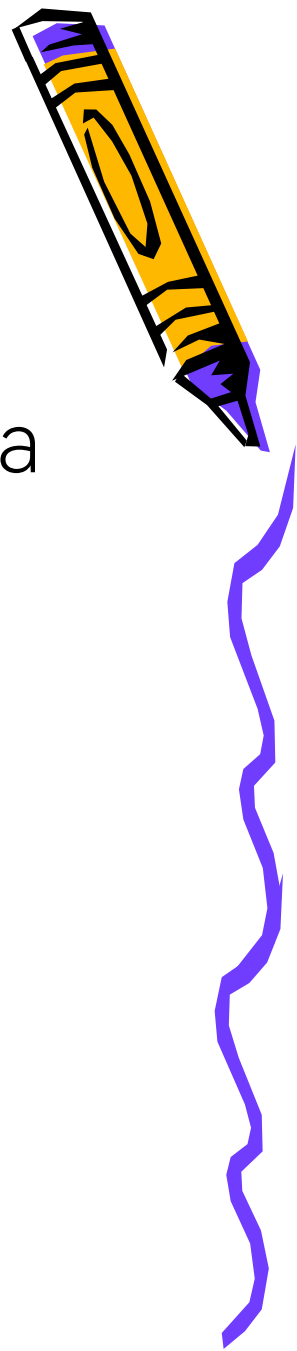
Proximity

- Dekat dengan Pasar
- Dekat dengan Bahan Baku
- Alternatif Transportasi



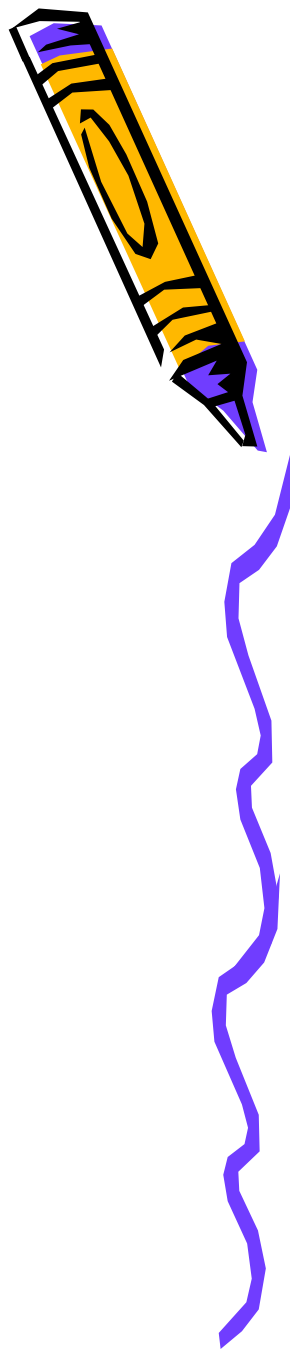
People

- Biaya dan Ketersediaan tenaga kerja
- Sikap Masyarakat dan Peraturan



Physical

- Energi
- Pembuangan Limbah
- Air
- Iklim



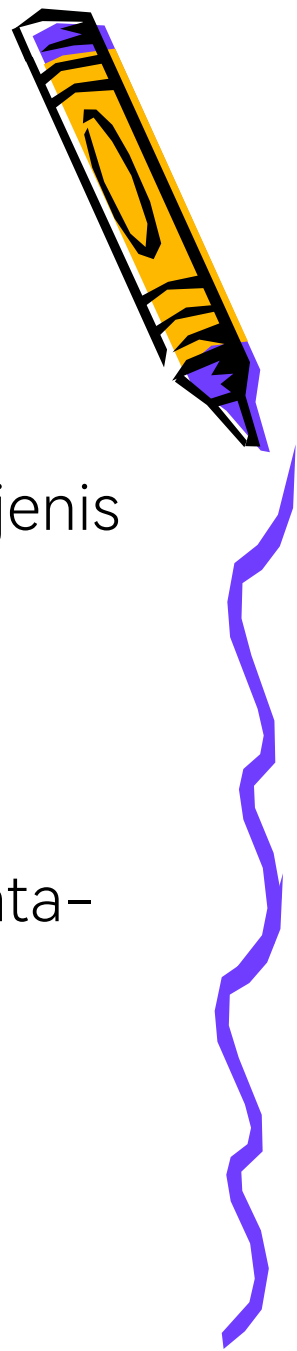
Studi Produktivitas

- Studi Gerak (Motion Study)

adalah studi yang mengidentifikasi banyak dan jenis gerakan yang diperlukan untuk melaksanakan operasi tertentu

- Studi Waktu (Time Study)

adalah studi untuk menentukan jumlah waktu rata-rata yang diperlukan oleh setiap pekerja untuk melaksanakan operasi tertentu



Metode-Metode Produksi

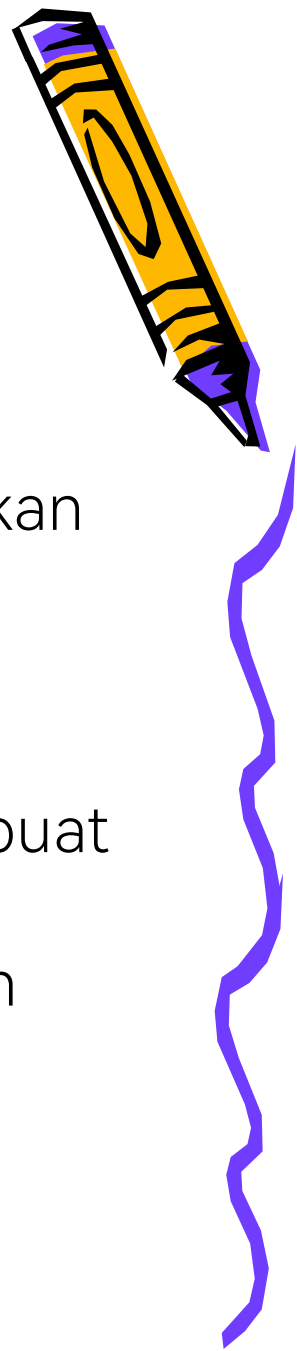
- Proses Analitis

Metode produksi yang mengurai atau memisahkan bahan menjadi berbagai produk baru

- Proses Sintetis

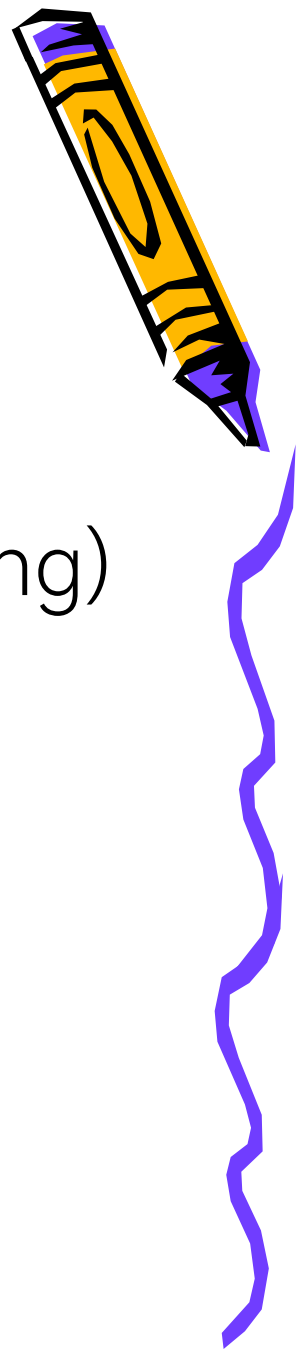
Berbagai bahan baku digabungkan untuk membuat suatu produk

Proses Sintetis memiliki dua variasi: fabrikasi dan perakitan



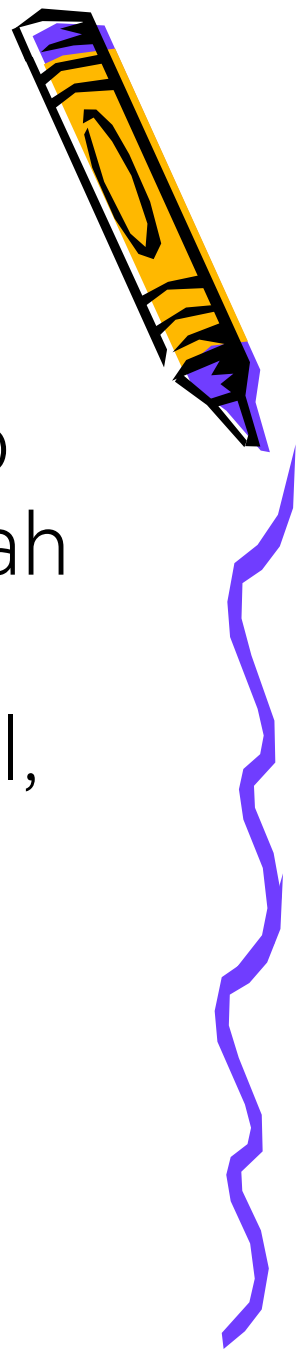
CAD, CAM, CIM

- CAD (Computer Aided Design)
- CAM (Computer Aided Manufacturing)
- CIM (Computer Integrated manufacturing)



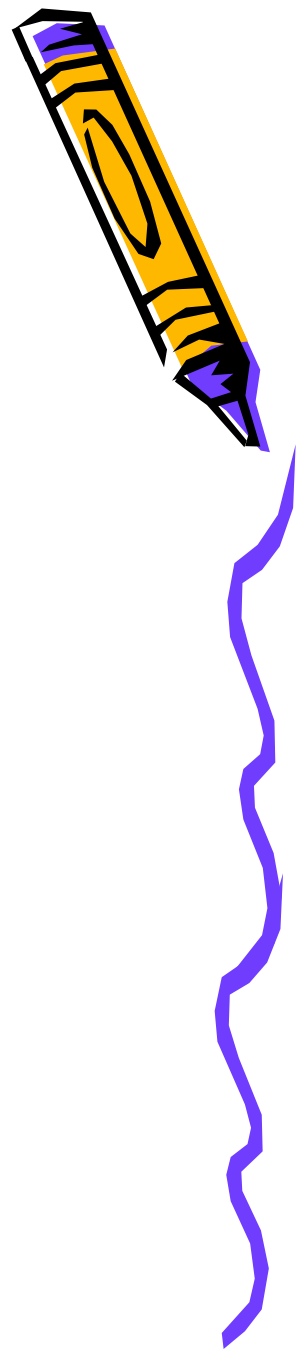
Pengendalian Persediaan

Pengendalian persediaan mencakup masalah keseimbangan antara jumlah persediaan yang memadai dengan biaya biaya persediaan yang muncul, seperti biaya pembelian dan biaya penyimpanan.



Economic Order Quantity (EOQ)

- Adalah kualitas optimal persediaan yang harus dibeli dan dipesan.



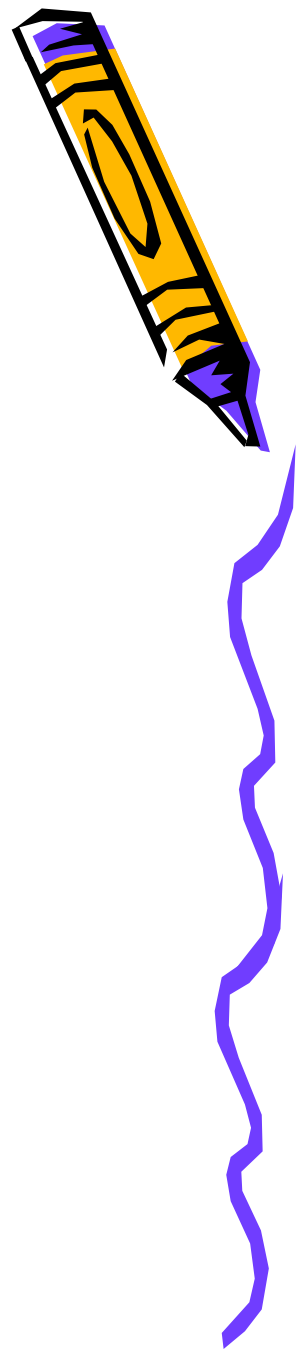
Pengendalian Produksi

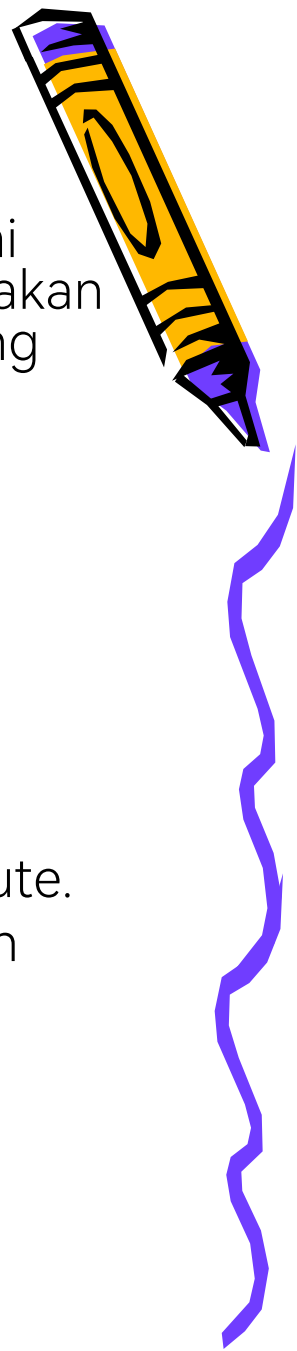
- Pengendalian produk dalam jumlah yang merupakan koordinasi interaksi di antara orang, material, dan mesin sedemikian rupa sehingga produk dapat dibuat dalam jumlah yang memadai sesuai dengan waktu yang telah ditentukan untuk memenuhi kebutuhan.



Enam Langkah dalam pengendalian Produksi

1. Planning
2. Routing
3. Scheduling
4. Dispatching
5. Follow up
6. Quality Assurance





- **Planing**

Dilakukan oleh para perencana produksi untuk memahami tentang bahan baku yang diperlukan, mesin-mesin yang akan digunakan, proses yang harus diikuti, dan waktu kerja yang diperlukan untuk membuat produk-produk yang sudah ditetapkan

- **Routing**

suatu usaha untuk menentukan urutan operasi yang logis dalam membuat suatu produk

- **Schelduling**

Merupakan pembagian waktu setiap operasi sepanjang rute. Dengan schelduling, manajemen dapat mengetahui kapan produksi dimulai dan kapan harus selesai



- Dispatching

Merupakan perintah yang berisi wewenang untuk melakukan kegiatan produksi (pemberian tugas-tugas)

- Follow Up

Memonitor kemajuan setiap pekerjaan sepanjang rutanya dan untuk mengatasi masalah-masalah penundaan atau kesulitan-kesulitan yang terjadi

- Quality Assurance

merupakan inspeksi produk pada setiap tahap sepanjang rute untuk menjamin bahwa produk telah memenuhi standar yang telah ditetapkan

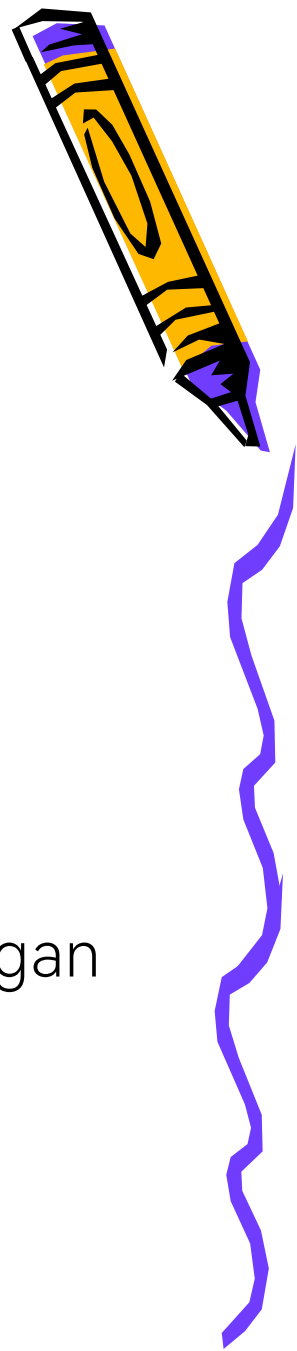


Manajemen Sumber Daya Manusia

- Manajemen sumber daya manusia adalah fungsi kegiatan pengelolaan staf atau personil-personil dalam organisasi, yang meliputi aktivitas perencanaan sumber daya manusia, perekrutan, seleksi, orientasi pelatihan, pengembangan, penilaian kinerja, dan kompensasi.



Proses Manajemen Sumber Daya manusia



1. Perencanaan SDM
2. Perekrutan
3. Seleksi
4. Orientasi
5. Pelatihan dan pengembangan
6. Penilaian kinerja
7. Kompensasi
8. Keputusan-keputusan lainnya berkenaan dengan personalia : promosi, perpindahan, demosi, berhenti/keluar dari pekerjaan.



Perencanaan SDM

- Untuk memastikan seberapa besar jumlah personil yang dibutuhkan oleh suatu organisasi dapat dipenuhi.
- Organisasi akan melakukan suatu analisis yang akanm menentukan jenis ketrampilan yang dibutuhkan, sehingga manajemen dapat mengkaji ketersediaan ketrampilan yang dimiliki sekarang dan mengembangkan sebuah rencana untuk memenuhi kebutuhan jumlah dan kualitas personil yang dibutuhkan.



Perekrutan

- Perekrutan dapat dilakukan melalui iklan, biro ketenagakerjaan, kerjasama dengan universitas, atau sumber-sumber dalam organisasi sendiri



Seleksi

- Proses seleksi meliputi penilaian calon dan memilih yang terbaik dan cocok dengan persyaratan kerja yang diminta. Kegiatan proses seleksi meliputi seleksi surat lamaran kerja, wawancara, pemeriksaan rekomendasi, dan uji kesehatan calon karyawan



Orientasi

- Langkah ini merupakan proses pengintegrasian calon karyawan yang telah terpilih dalam organisasi. Proses ini meliputi proses sosialisasi dan pengenalan karyawan baru pada kebijakan dan peraturan organisasi



Pelatihan dan pengembangan

- Pelatihan dan pengembangan ditujukan untk meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan kontribusinya pada efektifitas organisasi. Pelatihan meliputi peningkatan ketrampilan karyawan, sedang pengembangan bertujuan memberikan persiapan kepada karyawan suatu tanggung jawab yang lebih besar



Penilaian kinerja

- Penilaian kinerja dimaksudkan untuk memberikan umpan balik antara kinerja karyawan dan standar pekerjaan yang harus dipenuhi



Kompensasi

- Kompensasi meliputi penentuan gaji awal karyawan baru, perubahan gaji, dan berbagai fasilitas tambahan selain gaji yang dapat dinikmati karyawan



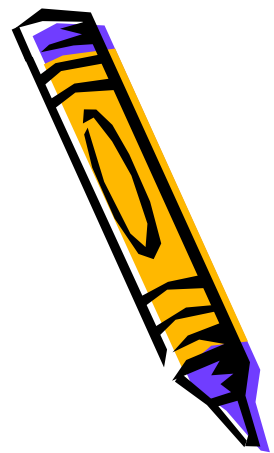
Manajemen Keuangan

- Manajemen keuangan adalah aktivitas yang terkait dengan perencanaan dan pengendalian perolehan serta pendistribusian aset-aset keuangan perusahaan.



Peran dan tanggung jawab manajer keuangan

- Meliputi perolehan dana, pengumpulan dana, pembayaran utang perusahaan, pengendalian keseimbangan kas perusahaan, serta perencanaan kebutuhan keuangan.



- Secara keseluruhan , tanggung jawab utama manajer keuangan perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan.
- Untuk meningkatkan nilai perusahaan manajer keuangan harus dapat menjamin bahwa perusahaan selalu memiliki cukup dana untuk membiayai aktivitas perusahaan dalam menghasilkan barang dan jasa, pada saat yang sama segala kelebihan dana harus segera diinvestasikan untuk menghasilkan lebih banyak uang bagi perusahaan.

